

Actes des 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



Sous la direction de
Saskia Cousin, Maria Gravari-Barbas et Sébastien Jacquot

Décembre 2011



Organisation
des Nations Unies
pour l'éducation,
la science et la culture



Chaire UNESCO
Culture, Tourisme,
Développement



EIReST

Photo de la Couverture : Le Marais, été 2009, © MGB

Préambule

Les 1ères DOCTORIALES du Tourisme de la Chaire «Culture, Tourisme, Développement» ont été organisées par la Chaire UNESCO et l'EIREST (Equipe Interdisciplinaire de Recherche Sur el Tourisme), IREST, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne.

Elles se sont déroulées à la Cité Internationale Universitaire de Paris du 14 au 16 septembre 2011.

Elles ont réuni un public interdisciplinaire, de doctorants et chercheurs travaillant sur le tourisme ou intéressés par ce champ.

Après une longue absence sur la scène scientifique française, les recherches sur le tourisme se développent rapidement, mais restent pour la plupart enfermées dans leurs disciplines respectives.

Destinées aux doctorant(e)s ou aux docteur(e)s de l'année, ces Doctoriales ne visaient pas à valider des recherches confirmées, mais à faire connaître et échanger les travaux émergents en sciences sociales et humaines. Grâce au croisement des objets, des concepts et de méthodes mobilisés dans divers contextes disciplinaires, culturels et linguistiques, ces journées ont tenté de dessiner l'agenda de recherche en devenir. Les jeunes chercheurs, les disciplines et les « écoles » nationales ont été mêlés dans les sessions, afin de favoriser la circulation des idées.

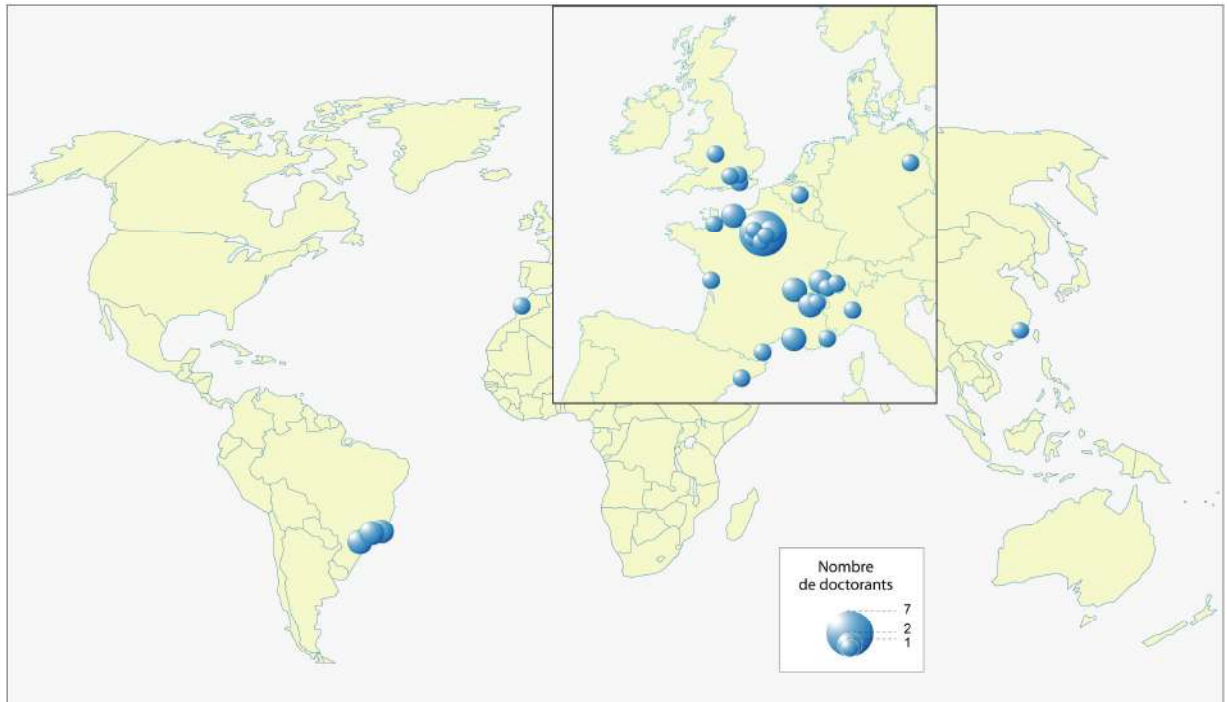
L'objectif des Doctoriales a été d'offrir une plateforme d'échanges et de partage de méthodologies, d'approches et de questionnements émergents. Il ne s'agissait donc pas de présenter le sujet de thèse en cours ou nouvellement soutenu, mais de s'appuyer sur une problématique, une démarche et une méthodologie, mises en place dans le cadre de la thèse, questionnées par des regards disciplinaires différents.

Le programme prévoyait la présentation en séance plénière de 38 textes sélectionnés. Trois séances de discussion ont permis d'aborder de manière croisée les questions des concepts, des méthodes, et de la recherche appliquée.

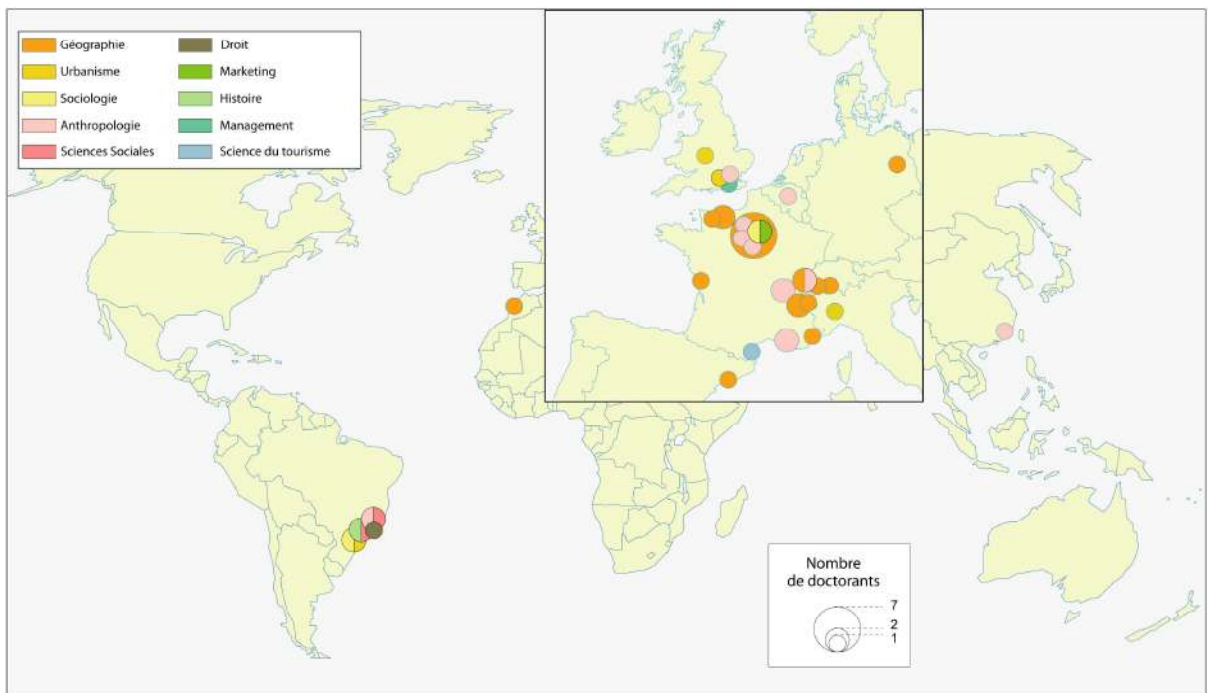
Deux séances de films ont également permis de découvrir et de discuter les apports de ce média dans l'étude du tourisme.

Les Doctoriales ont été organisées selon le principe d'unité de lieu et d'action afin de provoquer la rencontre disciplinaire et thématique, initier des coopérations, maximaliser les interactions et échanges pendant trois jours.

Etablissement d'inscription des participants aux doctoriales 2011



Etablissement d'inscription des participants aux doctoriales 2011



Sommaire

PREMIER CHAPITRE.....	8
LE TOURISTE, ENTRE INDIVIDU ET GROUPE SOCIAL.....	8
1.1. TOURISME ET HANDICAP : VERS UN HABITER POUR TOUS	9
1.2. ÉTUDE DE LA REGULARITE DES DEPLACEMENTS TOURISTIQUES : VERS UN « HABITER POLYTOPIQUE » ?.....	26
1.3. EUROS EN POCHE, MOBILITES EN PRATIQUE. ENJEUX METHODOLOGIQUES.....	45
1.4. GASTRONOMIC TOURISM AS AN OPTION FOR LOCAL DEVELOPMENT: A GAZE THROUGH THE EYES OF THE STAKEHOLDERS INVOLVED IN CATALONIA- SPAIN.....	61
1.5. HABITER TOURISTIQUEMENT LOS ANGELES ORIENTATIONS METHODOLOGIQUES	84
1.6. LE « PROJET DE VOYAGE », UN CADRE INTERPRETATIF DES PRATIQUES TOURISTIQUES EN VILLE ?.....	96
1.7. LES RECITS D'EXPERIENCE POUR MIEUX CERNER LES ARRANGEMENTS DES PRATIQUES ITINERANTES CONTEMPORAINES - DEPASSEMENT DE LA LOGIQUE DIALECTIQUE ET APPORT DE L'APRES-TOURISME ?.....	108
1.8. LE TOURISME : CONCEPTS ET METHODES A LA CROISEE DES DISCIPLINAIRES.....	126
SUIVI DES TOURISTES CHINOIS DANS LE TOURISME RURAL PAR L'OBSERVATION PARTICIPANTE D'UN DOCTORANT ETRANGER EN GEOGRAPHIE: ENJEUX ET METHODES.....	126
DEUXIEME CHAPITRE.....	140
LIEUX, TERRITOIRES ET ESPACES TOURISTIQUES : ECHELLES, PRODUCTION, APPROPRIATION.....	140
2.1. LA DYNAMIQUE DE L'ESPACE TOURISTIQUE DANS LES VILLES POST-INDUSTRIALISEES.....	141
LES LANDMARK, LES NŒUDS, LES BARRIERES, LES CHEMINS ET LES DISTRICTS DU POINT DE VUE DES TOURISTES.....	141
2.2. VALORISATION DU TISSU BATI ET PRODUCTION SYMBOLIQUE DE L'ESPACE – PROJECTION ET RECEPTION : LE CAS DE RIBEIRA A PORTO, PORTUGAL	155
2.3. THE ECOMUSEUM AS AN IMAGINARY DESTINATION IN CHINA. THE TRANSITION OF THE CONCEPT 'ECOMUSEUM' FROM FRANCE TO CHINA.....	178
2.4. LA TOURISMISATION DES SITES: DECOUVERTE DE PISTES ET CARTOGRAPHIE DES PRATIQUES SOCIALES	193
2.5. LE ROLE DES SYNDICATS D'INITIATIVES DANS LA CONSTRUCTION IDENTITAIRE DE LA FRANCE ENTRE 1890 ET 1970	207
2.6. CULTURAL TOURISM AND SPACES IN RAVENNA: HOW HERITAGE DEFINES SITES, PLACES AND TERRITORIES.....	226
2.7. A CONSTRUÇÃO DE UMA AMBIENCIA URBANA: A PAISAGEM DA PRAIA	246
TROISIEME CHAPITRE.....	262
POUVOIRS ET TOURISME	262
3.1. TOURISME ET PROJET POLITIQUE, QUEL ROLE DANS L'INVENTION TERRITORIALE ?	263
3.2. LA DISPUTE ET LA RECIPROCITE DANS LA CONSTRUCTION DE TERRITOIRES TOURISTIQUES ET ENVIRONNEMENTAUX.....	280
3.3. LA PROBLEMATIQUE TERRITORIALE DANS LES POLITIQUES LOCALES DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE : LE CAS DE LA METROPOLE PARISIENNE.....	295
3.4. L'ESPACE TOURISTIQUE : ENJEU ET PRODUIT DES CONFLITS SOCIAUX. EXEMPLES MEXICAINS.....	306
3.5. COMMENT SAISIR LE CHANGEMENT SOCIAL CHEZ LES MOSUO DU YUNNAN (CHINE) ? LOGIQUES MULTISCAIRES DU TOURISME	318
3.6. GENRE, RESSOURCES, IDENTITES ET DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE DANS LE HAUT ATLAS : LE CAS DES ASSOCIATIONS ET DES COOPERATIVES FEMININES.....	338
QUATRIEME CHAPITRE.....	361
SITUATIONS D'ÉCHANGES TOURISTIQUES	361
4.1. TOURISTIC ENCOUNTER: LOCAL MALTESE AND BRITISH TOURISTS.....	362
4.2. L'HOSPITALITE DES MAISONS D'HOTES	377
4.3. DIVERSITE DES REGARDS ET CONFLITS VALEURS : COMPRENDRE LES TERRITOIRES DU TOURISME	402

4.4.	LA RELATION A L'AUTRE ET PRESERVATION DU PATRIMOINE DANS LES LOGEMENTS TOURISTIQUES A FES (MAROC)	423
4.5.	EN QUETE DE SPIRITUALITE ET D'EXOTISME : ENQUETE DANS LES <i>HAROUSSI</i> . AUX PREMICES D'UNE ANTHROPOLOGIE DE L'ECHANGE TOURISTIQUE A MAYOTTE.....	436
4.6.	DE L'AMENAGEMENT DES CIRCUITS A LA REINTERPRETATION DES LIEUX VISITES	450
4.7.	INVENTION D'UN ESPACE-TEMPS TOURISTIQUE EN PAYS LOBI BURKINABE.....	450
4.7.	EXPLORING VISITORS' EXPERIENCES IN OFF THE BEATEN TRACK AREAS IN LONDON AND BERLIN.....	465
4.8.	ROUTE ET CIRCUITS TOURISTIQUES AU QUEBEC : DE LA POETIQUE DU DEPLACEMENT A LA RENCONTRE DES PATRIMOINES.....	479
4.9.	ANTHROPOLOGIE PARTICIPANTE : QUAND L'ANTHROPOLOGUE SE FAIT GUIDE TOURISTIQUE	500
CINQUIEME CHAPITRE		512
MEDIATIONS ET REFLEXIVITES.....		512
5.1.	LA NOTION D'AUTHEENTICITE DANS L'ETUDE DU TOURISME COMMUNAUTAIRE EN AMAZONIE EQUATORIENNE: QUELLES APPROCHES POUR QUELS RESULTATS ?.....	513
5.2.	REFLEXIVITE, DISTINCTION ET CONTRE-TOURISME A AMSTERDAM	528
5.3.	L'ANTHROPOLOGIE FACE AU TOURISME : DES METHODES A (RE)PENSER ?	538
5.4.	UNE APPROCHE ETHNOECOLOGIQUE POUR ETUDIER LE RAPPORT SENSIBLE DES TOURISTES A UN ESPACE NATUREL : QUELLES ADAPTATIONS METHODOLOGIQUES ?	550
5.5.	LA MISE EN TOURISME AU PRISME DES REPRESENTATIONS DE L'EXOTISME : NOUVELLE-CALEDONIE ET POLYNESIE FRANÇAISE	566

PREMIER CHAPITRE

Le touriste, entre individu et groupe social

The tourist, between the individual and the social group

La plupart des disciplines oscillent entre les études « macro », explicatives, portant sur les groupes sociaux et leurs déterminants, et les approches « micro », plus interprétatives, centrées sur l'individu, son histoire, son rapport au monde. Comment croiser ces approches et les penser ensemble ? Quelles méthodes employer ? Que signifie le retour à l'individu et aux biographies observable dans certaines disciplines ? Est-il simplement une façon différente d'envisager l'objet ou est-il rendu nécessaire par la transformation des pratiques ? Comment s'inscrit-il dans le champ des *tourism studies* ? Comment s'effectue la socialisation touristique, la transmission de références, de valeurs, de goûts ? Comment étudier l'expérience touristique, la question de la relation à soi et à l'autre, les phénomènes d'apprentissages ou de routinisation ? Quels outils mobiliser pour observer les interactions, les expériences vécues, les imaginaires associés ? Quels corpus, terrains, images ou réseaux inventer ?

1.1. Tourisme et handicap : vers un habiter pour tous

Tourism and disability: mode of dwelling for all

David AMIAUD

Université de La Rochelle

David AMIAUD (david.amiaud@univ-lr.fr) est doctorant en Géographie à l'UMR LIENSs de l'Université de La Rochelle. Ses recherches, dirigées par le Professeur Isabelle SACAREAU (Université Bordeaux 3), portent sur la question de l'équité d'accès aux sites touristiques littoraux pour les personnes à mobilité réduite. Le sujet vise à explorer la relation entre tourisme et handicap par l'approfondissement des notions de handicap, de justice spatiale, d'accessibilité et de liminalité. Les travaux d'investigation s'inscrivent également dans une logique de recherche appliquée à travers l'utilisation des SIG et la conduite d'études menées conjointement avec des collectivités territoriales.

Résumé

Cet article se propose de questionner l'accessibilité des pratiques touristiques pour les personnes à mobilité réduite. Le handicap est peu investi par la géographie alors qu'il permet d'entrevoir des réflexions sur la mobilité et l'habiter les lieux géographiques. Notre investigation s'appuie sur des enquêtes et la réalisation de diagnostics d'accessibilité à l'aide de SIG. De plus la notion de liminalité sera explorée pour rendre compte de l'évolution de l'écoumène des personnes à mobilité réduite liée à l'émergence de territoires touristiques pour tous.

Mots clés : Tourisme, handicap, liminalité, habiter, écoumène

Abstract

This article intends to question about accessibility of tourist practices for disabled persons. Disability is not very invested by the french geography. However the disability concept of allows thinking about mobility and dwelling geographic location. Our investigation is based on surveys and production of diagnostics accessibility using GIS. More the liminality concept will be explored to report the evolution of the ecumene of disabled people due to the emergence of tourism territory for all.

Key words : Tourism, disability, liminality, dwelling, ecumene

*« L'histoire de l'émancipation des personnes handicapées est aussi l'histoire de la conquête d'espaces. »
(Otto Schantz, 2011)*

I. Introduction

Les déficiences et la morphologie urbaine imposent aux personnes handicapées des difficultés d'accès aux mêmes aménités re-créatives que les individus valides. En France, la loi du 11 février 2005 a permis le déploiement d'une politique publique du handicap imposant des aménagements urbains. Cependant, l'accès aux pratiques touristiques pose encore de nombreuses difficultés aux touristes handicapés.

Si les Sciences Humaines et Sociales ont largement investi le tourisme comme objet d'étude, la problématique de recherche combinant tourisme et handicap reste, quant à elle, marginale et constitue un nouveau champ à explorer. Le tourisme implique un déplacement dans le temps et dans l'espace. Il s'agit « *d'un système d'acteur, de pratiques et d'espaces qui participent à la «recréation» des individus par le déplacement et l'habiter temporaire hors des lieux du quotidien* » (Knafou & Stock, 2003). Cependant les personnes à mobilité réduite font face à des aménagements comportant des obstacles d'accessibilité facteurs de rugosités spatiales qui limitent les formes de mobilités touristiques. D'ailleurs, à côté des adaptations spécifiques favorisant l'accès à certaines pratiques touristiques subsistent de nombreuses oppressions spatiales et sociales sources d'exclusion des touristes handicapés. Aussi, la position sociale « *d'entre-deux* », c'est-à-dire *liminale*, des personnes handicapées (Murphy, 1990) semble pouvoir être mise en relief par l'analyse spatiale des capacités touristiques des personnes à mobilité réduite.

Depuis 2001 les pouvoirs publics français, à travers le label " *Tourisme et Handicap* ", contribuent à promouvoir une démarche d'intégration des personnes handicapées par la mise en accessibilité des équipements touristiques. Cette politique est renforcée depuis Janvier 2011 avec le lancement du nouveau label d'Etat, " *Destination pour tous* ". La stratégie touristique consiste à dépasser la labellisation de lieux touristiques pour identifier des territoires afin de structurer une offre globale adaptée. Nous pouvons donc nous demander en quoi une approche territoriale de l'offre touristique adaptée permet-elle à la fois une meilleure accessibilité des pratiques touristiques et la formation d'un mode d'habiter touristique pour *tous* ?

Nous proposons d'interroger les habitudes touristiques des personnes déficientes et les freins socio-spatiaux auxquels elles sont confrontées. Ainsi, les enquêtes conduites auprès de touristes en situation de handicap et les diagnostics d'accessibilité au format

SIG entre 2009 et 2011 sur des territoires touristiques du littoral Atlantique français mettent en évidence le fait que les touristes handicapés sont contraints de se déplacer dans des espaces qui leur sont réservés. Nous proposons donc de réinvestir le concept de *liminalité* dans le champ de la géographie pour désigner la forme archipélagique de l'espace de vie des personnes handicapées. La projection récente du corps déficient dans l'agencement spatial permet une mise en accessibilité progressive des territoires de l'habiter touristique. Ainsi, pour analyser ce processus nous formulons le concept exploratoire « *d'écoumène liminale* ». Aussi, en se penchant sur les initiatives et les actions d'adaptation mises en places à plusieurs échelles par les acteurs du tourisme au sein de collectivités comme Bordeaux, La Rochelle, Saint-Gilles-Croix-de-Vie ou Barcelone, notre démarche vise à interroger le territoire touristique adapté comme un modèle d'habiter pour *tous*.

II. Le tourisme liminal des personnes à mobilité réduite

Le tourisme adapté des personnes déficientes : un tourisme de l'entre-deux

Quelle est la place de la personne handicapée dans la société ? Voilà une question à laquelle la géographie française apporte peu de réponse. Pour avoir des éléments de réponse il est nécessaire de se tourner vers la sociologie, l'ethnologie et l'anthropologie. La théorie la plus souvent reprise est celle du « *stigmat* » d'Erving Goffman (1963) qui cherche à démontrer que l'infirmité est un marquage dont la conséquence est l'évitement du stigmatisé par la communauté. Mais la théorie sur laquelle s'appuie plus particulièrement notre réflexion est celle établie par Robert F. Murphy (1990) qui avance l'hypothèse, tout en reprenant les travaux E. Goffman, selon laquelle les personnes en situation de handicap seraient dans un état de liminalité permanente. La notion de liminalité renvoie aux travaux de l'ethnologue français Arnold Van Gennep (1909). A partir de ses observations il a identifié des séquences de passages que doit vivre un individu pour passer d'un statut social à un autre. Les rites de passage peuvent être le mariage, le baptême, une cérémonie pour l'attribution d'une fonction et ont tous pour rôle de faire franchir des seuils sociaux. L'anthropologue américain Robert F. Murphy qui fut atteint de tétraplégie utilisa son expérience vécue pour caractériser la situation sociale des personnes handicapées. Dans son livre « *The body silent* » Robert F. Murphy décrit le comportement de ses collègues de travail à son égard lorsqu'il reprit ses fonctions après être devenu handicapé. Il remarqua que sa position sociale avait changé ce qui l'incita à réinvestir les travaux de Arnold Van Gennep. Il en est venu à

caractériser « *d'entre deux* » la place sociale des personnes en situation de handicap. Pour lui son état et le comportement de la société faisait qu'il ne se sentait ni totalement exclu, ni totalement rejeté. La personne handicapée étant condamnée à rester sur le seuil. Henri-Jacques Sticker (2005) parle même de « cristallisation, gel, de la situation intermédiaire ».

Dans ce contexte de traitement social du handicap nous pouvons nous interroger sur les conséquences en matière d'exercice de pratiques des lieux touristiques. N'y aurait-il pas d'une certaine manière un tourisme de l'entre-deux ? Les travaux de Frédéric Reichhart (2011, p. 20) sur « la constitution et l'évolution des loisirs touristiques des personnes déficientes » semblent pouvoir nous apporter des éléments de réponse. L'analyse historique du « tourisme adapté », c'est-à-dire un tourisme qui apporte des réponses spécifiques aux besoins des personnes souffrants de déficiences cognitives, motrices, auditives ou visuelles, permet de saisir la « manière dont la société conçoit le « handicap » » Frédéric Reichhart (2011, p. 19). Ainsi, Frédéric Reichhart souligne que « l'offre touristique et de loisirs destinée aux personnes déficientes se caractérisent par deux logiques » avec d'un côté le « tourisme sectoriel » et de l'autre « le tourisme intégré ». Durant le XXème siècle, les associations de personnes déficientes comme l'Association des Paralysés de France (APF) ou l'Association pour Adultes et Jeunes Handicapés (APAJH), pour ne citer qu'eux, ont progressivement structuré des séjours adaptés sectoriels, c'est-à-dire « proposés uniquement à des personnes déficientes » (Reichhart, 2011, p. 27). Ces services participent pleinement à l'enjeu de la politique d'accès aux vacances pour *tous* inscrites dans la loi d'orientation du 30 juin 1975 en faveur des personnes handicapés. Cependant l'exercice des pratiques touristiques se fait majoritairement dans des structures d'accueils spécialisés et les activités proposées ne permettent pas toujours la cohabitation avec les personnes dites « valides », ce qui ne favorise pas l'intégration sociale. C'est à partir de ce constat que la notion de liminalité permet de clarifier la pratique des lieux touristiques des personnes déficientes. Car si la société accorde un droit aux vacances, le tourisme « intégré », qui définit un séjour en autonomie dans le « cadre touristique ordinaire » (Reichhart, 2011, p.26), n'est pas encore suffisamment structuré et accessible pour qu'un nombre important de personnes déficientes puissent profiter de manières inclusives des aménités.

Le tourisme comme rite d'inclusion

Dans son œuvre « Les rites de passages » Arnold Van Gennep (1909) propose un

découpage en trois étapes : préliminaire (séparation), liminaire (transition) et postliminaire (réintégration). A propos des rites de passage, Jeffrey Willet et Mary Jo Deegan (2001) précisent que « rites of separation symbolically detach the individual from an existing point in the social structure. After this separation, the former social status no longer applies to the individual. In the transition or liminal stage, the individual is a symbolic outsider with no clearly defined status or role. The liminal personae (or « liminar ») resides at the margins of society while they prepare to adopt a new role. The final stage of incorporation allows the individual to adopt a new social status and re-enter society. If this re-entry does not occur, liminality does not end, a status possible in hypermodern society but not in small-scale society » Tout comme la grossesse ou le mariage ont pu être qualifiés de rite de passage, Dean McCannel indique que le tourisme est une forme de « rituel moderne » (1976). En effet, ne pas avoir la capacité de partir en vacances est devenu un problème, s'apparentant même à une forme de déviance. Ainsi, nous suggérons que l'exercice de la pratique touristique est un moyen pour les personnes à mobilité réduite de se sentir intégrer dans la société. Les entretiens menés auprès de personnes handicapées entre 2009 et 2011 montrent que partir en vacances revêt une importance cruciale pour le sentiment d'appartenance au reste de la société. Être vacanciers s'est « être comme tout le monde ». Le changement de statut que peut entrevoir le tourisme, en tant qu'étape liminale, a pu être saisi lorsque certaines personnes ont évoqué leur premier voyage. A titre d'exemple, des entretiens réalisés auprès de personnes devenues paraplégiques, après un accident, ont permis de dévoiler en quoi partir en voyage pouvait être une expérience changeante. Avoir eu un accident, et se retrouver dans une chaise roulante, a souvent engendré la perte du désir de sortir. Et c'est souvent lors du premier voyage en tant que touriste en situation de handicap que les personnes ont retrouvé goût à se déplacer. La réussite d'un premier séjour touristique a permis à certains de se rendre compte de leur capacité à prendre du plaisir dans l'exercice de pratiques récréatives et à se mouvoir malgré le handicap.

Le tourisme peut ainsi être vu à la fois comme un rite d'inclusion dans les sociétés contemporaines et un espace liminal avant une réincorporation en tant qu'« individu mobile » (Stock, 2006) à part entière.

¹ Entre 2009 et 2011 des enquêtes et des observations ont été conduites auprès des personnes en situation de handicap. L'objectif des entretiens était de saisir sur le lieu touristique le ressenti des touristes à mobilité réduite sur les conditions d'accès aux pratiques touristiques. Pour cela les entretiens ont été menés à proximité de lieux touristiques connus pour leur accessibilité.

III. Ecoumène touristique liminale

La nécessaire mise en accessibilité

Le rapport de Michel Gagneux (1999) sur l'offre touristique dédiée aux personnes handicapées pointe du doigt les lacunes du secteur touristique à structurer une offre adaptée. Ainsi, il est mentionné que « la difficile traduction des normes légales d'accessibilité dans les faits, la prédominance d'une accessibilité conçue a minima, les lacunes de l'information et la réticence de nombre d'opérateurs à communiquer en ce domaine, peuvent être interprétées comme les symptômes d'une certaine frilosité de notre société toute entière vis-à-vis de personnes handicapées, perçues comme différentes, voire dérangeantes. » (Gagneux, 1999, p.10) La conception de l'environnement bâti à partir de l'anthropométrie de l'Homme valide augmente les difficultés de déplacement et génère des situations handicapantes². Afin de rompre les obstacles d'accessibilité les aménageurs peuvent se référer au paradigme de la *conception universelle*. Il s'agit de concevoir l'aménagement de l'espace et de n'importe quel équipement de façon à ce qu'il convienne à tous sans nécessiter d'adaptation pour les personnes ayant une incapacité. Pour cela nous avançons l'idée que l'agencement spatial doit reposer sur une *anthropométrie systémique*, c'est-à-dire un modèle anthropométrique basé sur les difficultés de déplacement des personnes atteintes d'une réduction permanente ou temporaire de leurs capacités à se mouvoir.

La politique d'aménagement universel de la voirie, de l'espace public, des bâtiments et des transports instaurée par la loi du 11 février 2005 a rendu obligatoire la réalisation de diagnostics d'accessibilité et la rédaction de plans d'actions comme le Plan de Mise en Accessibilité de la Voirie et des Espaces publics (PAVE) ou le Schéma Directeur d'Accessibilité des transports (SDA). Si, la précédente loi n°75-534 du 30 juin 1975 appelée *Loi d'orientation en faveur des personnes handicapées* posait comme obligation nationale l'intégration des personnes handicapées en identifiant clairement l'engagement des pouvoirs publics, elle n'a eu cependant que des effets limités sur l'agencement de l'espace public. Ainsi, depuis loi de 11 février 2005, il est possible de voir à l'échelle micro-territoriale de nombreux aménagements facilitant les déplacements des personnes à mobilité réduite comme les « bateaux », qui permettent

²A ce propos Robert Imrie et Peter Hall (2000) font le lien entre l'accessibilité et le lien social. Ils précisent notamment que « The physical configuration of the built environment is particularly problematical for disabled people who regard it as significant in influencing their social and economic opportunities. »

un abaissement des trottoirs au droit des traversées, les dalles podotactiles qui servent de repère spatial pour les personnes aveugles, ou encore les feux sonore et les chemins de guidage.

Les terrains touristiques étudiés ont permis de mettre en évidence que les adaptations spatiales tiennent compte de la corporéité des personnes handicapées. Tous les territoires ne sont pas adaptés et pourtant il existe des personnes qui partent en vacances. Selon le degré de déficience il n'est pas toujours nécessaire de partir dans des lieux adaptés. Toutefois, dans les sites touristiques adaptés, les touristes à mobilité réduite peuvent bénéficier d'un environnement de qualité leur permettant de se recréer. Ces équipements peuvent être de différentes natures. Il peut s'agir d'ascenseurs, de toilettes adaptées, de bandes de guidage, de tablettes tactiles, d'accueils adaptés ou encore des équipements d'aide à la mobilité comme la Joëlette qui permet de transporter des personnes déficientes sur des sentiers accidentés (Fig.1). A Bordeaux, l'équipe municipale a par exemple financé l'achat de trois plans en relief permettant aux touristes non-voyant de se représenter des quartiers du centre historique comme par exemple la place de l'Hôtel de ville ou encore la célèbre place de la Comédie (Fig.2).

Les sites touristiques littoraux étudiés en Charente-Maritime et à l'étranger ont également mis en évidence des équipements temporaires que les collectivités disposent durant la saison estivale. Ainsi, il a été possible d'observer l'installation de toilettes adaptées supplémentaires, de vestiaires accessibles (Fig.3), de douches adaptées, ou de totems sur les plages qui sont utiles pour l'orientation des personnes ayant un handicap mental. Les totems sont également très utiles comme repère spatial pour les enfants.



Fig.1 – Joëlette

Source : David AMIAUD, 2010



Fig.2 – Plan en relief de la Place de la Comédie à Bordeaux

Source : David AMIAUD, 2011



Fig.3 – Vestiaire et douche adaptés à Châtelailon-Plage

Source : David AMIAUD, 2010

De nombreuses collectivités littorales européennes ont également investi dans l'achat de chemins de plage (en textile, en bois ou en plastique). Il est ainsi possible de retrouver des équipements comme les fauteuils de baignade (les « hippocampes » et les « tiralo ») aussi bien sur la plage de la Concurrence à La Rochelle (Fig. 4) que sur la plage de Nova Icaria de Barcelone (Fig.5). La plage, lors de la saison estivale est un espace public qui subit des modifications. Nos observations ont également permis de constater que les agencements spécifiques de l'environnement ont une incidence positive sur les possibilités qu'ont les personnes à mobilité réduite de réaliser des pratiques touristiques

comme se baigner, visiter un musée, se promener.

L'enjeu de la mise en accessibilité répond à une véritable demande sociale et les aménagements conçus pour faciliter les déplacements des personnes souffrant de déficiences participent à l'amélioration de la qualité d'usage d'un site touristique.



Fig. 4 – Fauteuils de baignades sur la plage de la Concurrence à La Rochelle

Source : David AMIAUD, 2010



Fig. 5 – Fauteuil de baignade sur la plage de Nova Icaria à Barcelone

Source : David AMIAUD, 2011

Pour une théorie de l'« écoumène touristique liminale »

Si l'espace social des personnes handicapées est liminal, peut-on affirmer que l'espace vécu est également liminal ? La notion de liminalité utilisée par l'anthropologie a un

sens social mais aussi spatial. En effet, la liminalité interroge des espaces de marge ou des espaces de passage comme le purgatoire ou un hall d'immeuble. Dans ces exemples l'usage de la notion de liminalité désigne bien des situations de transitions courtes dans le temps. Hors dans le cas de l'utilisation de la notion dans le champ du handicap, la liminalité évoque un état qui s'inscrit dans la durée. De plus, l'analyse géo-historique du handicap nous montre que les personnes handicapées habitent ou ont habité dans des lieux spécialisés comme peuvent l'être l'aumônerie, l'hôpital, l'asile, le centre d'accueil spécialisé. Ces « hétérotopies » (Foucault, 1967) conditionnaient physiquement et durablement dans un entre-deux les personnes déficientes. La loi de 2005 a impulsé l'élargissement de l'écoumène des personnes handicapées mais elle se fait principalement par la spécialisation des lieux (place de parking réservé, toilette adapté, itinéraires accessibles). La mise en accessibilité n'entraînerait-elle pas la formation d'un habiter *pour*, et non un habiter *avec*, qui donnerait un caractère liminal à l'espace ? En partant du constat que socialement les personnes déficientes souffrent d'insularité sociale nous émettons l'hypothèse que cet état se traduit par une insularité spatiale. En effet, pour les personnes à mobilité réduite il est difficile d'assurer la continuité de leurs déplacements. Pour répondre à l'enjeu de la discontinuité spatiale la loi de 2005 met avant le concept de « chaîne de déplacement ». La chaîne de déplacement consiste à relier les différents espaces de vie et de circulations. Malheureusement cette chaîne est dans les faits souvent rompues. Au sein des territoires touristiques où nous avons réalisé des diagnostics d'accessibilité avec l'utilisation des SIG, comme à La Rochelle, il a pu être constaté que les lieux touristiques adaptés sont difficilement connectables (Fig.6). La voirie étant que partiellement accessible, les personnes à mobilité réduite sont contraintes de se mouvoir dans des sas spatiaux³. L'espace morcelé des lieux géographiques touristiques, tout comme les territoires du quotidien des personnes handicapées, renvoie à la figure du labyrinthe. Pour une personne dite valide il est théoriquement possible d'aller et venir où bon lui semble. Mais les territoires de l'habiter n'étant pas équitablement accessibles, ils n'offrent pas la possibilité aux gens à mobilité réduite de se mouvoir librement. Dans les lieux diagnostiqués nous avons pu

³ Les diagnostics d'accessibilité ont été réalisés à partir d'une grille d'observation combinant les obligations de la loi du 11 février 2005 et des critères de qualité d'usage recensés suite à des entretiens réalisés auprès de personnes à mobilité réduite. Les diagnostics d'accessibilité permettent d'évaluer le niveau d'accessibilité d'un territoire. Il a ainsi pu être remarqué des écarts entre certaines communes du littoral en matière d'accessibilité de la voirie et des espaces publics (incluant les plages urbaines). Cependant la majorité des diagnostics révèlent des discontinuités majeures au niveau des cheminements piétons pouvant être un frein à l'exercice de pratiques touristiques pour des personnes à mobilité.

identifier des zones d'accessibilité composées de sites, de places de stationnement et de couloirs de circulations adaptés. La traduction cartographique que nous avons pu faire montre que l'écoumène des personnes en situation de handicap à la forme d'un archipel. C'est-à-dire que les territoires de l'habiter ne sont pas totalement adaptés mais qu'il est possible dans certaines mesures de pouvoir se déplacer entre des îlots accessibles en utilisant des transports adaptés, des trottoirs adaptés, ou en se déplaçant d'une place de parking réservée à une autre.

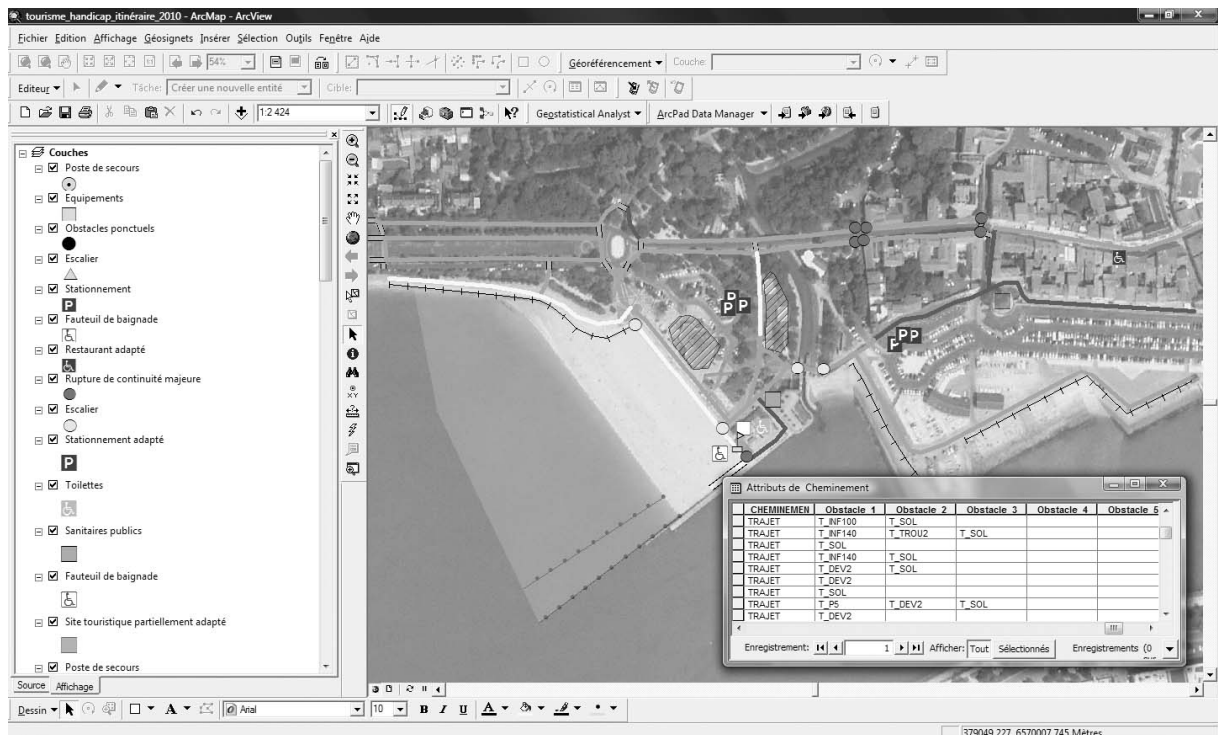


Fig. 6 – Le SIG : un outil d'analyse du niveau d'accessibilité

Source : David AMIAUD, 2010

L'habiter des personnes handicapées, c'est-à-dire leurs manières de « faire avec » un espace (Stock, 2006) oppressif et spatialement stigmatisant (panneau, fléchage, zones réservés) nous amène à la conclusion qu'il existe bien un espace d'entre-deux. Les personnes en situation de handicap peuvent circuler, côtoyer le reste de la population, sortir de leur enfermement intérieur pour intégrer un *enfermement du dehors* où le déplacement du corps est contraint de se mouvoir dans des espaces réservés. La place réservée dans les transports en commun traduit bien un phénomène de rapprochement entre les corps valides et les corps blessés mais sans qu'il y soit réellement question d'une inclusion complète. La place réservée est stigmatisante et souvent à l'écart comme s'il était encore nécessaire d'éviter soigneusement le corps malade. Mais pour

identifier l'espace de vie des personnes en situation de handicap dans les sociétés contemporaines nous préférons parler d'*écoumène liminale* plutôt que d'espace liminal. Jusqu'au lendemain de la seconde guerre mondiale le sort des personnes handicapées dépendait de la volonté des valides. Cependant à partir des années 1950 différentes associations de personnes handicapées ont commencé à faire entendre leur voix, à imposer leur vision et à faire inscrire dans l'agenda politique l'obligation de répondre à leur demande sociale d'intégration. En partant des travaux d'Augustin Berque (1996) sur l'*écoumène*⁴ et la *médiance* nous proposons la notion d'*écoumène liminale* qui peut être évoquée à partir du moment où il y a projection du corps handicapé dans l'espace et que cela impact l'habiter des lieux communs. Le corps handicapé est devenu une référence anthropométrique pour l'agencement spatial des territoires de l'habiter. Mais actuellement les lieux touristiques ne sont pas totalement accessibles et c'est pour cela que nous caractérisons l'espace touristique d'*écoumène touristique liminale*. Pour nous l'*écoumène touristique liminale* est bien transitoire. Sauf que cette transition ne peut être courte car le réagencement spatial, essentiel à l'inclusion socio-spatiale des personnes en situation de handicap, ne peut que s'inscrire dans le temps long des territoires.

IV. Vers un habiter touristique pour tous ?

Des pratiques touristiques pour tous

Malgré les difficultés de mise en accessibilité auxquelles peuvent être confrontés les gestionnaires d'espace touristique, les expériences d'adaptations des sites et territoires touristiques que nous avons pu observer nous obligent à nous demander si le lieu touristique ne serait pas, dans une certaine mesure, un modèle d'espace d'inclusion des personnes dites handicapées ? Pour étayer nos propos nous pouvons prendre l'exemple d'initiatives louables mettant au jour que les adaptations ne servent pas seulement aux personnes handicapées mais à tous. A Saint-Gilles-Croix-de-Vie, des chars à voile utilisables à la fois pour personnes valides et déficientes donnent la possibilité de créer des moments de plaisirs partagés autour d'une même pratique divertissante. D'autres exemples peuvent illustrer nos propos comme dans la tour de la Lanterne située à La

⁴ Pour notre démarche nous faisons référence à la définition d'Augustin Berque (1996) pour qui « l'écoumène, c'est à la fois la Terre et l'humanité ; mais ce n'est pas que la Terre *plus* l'humanité, ni l'inverse ; c'est la Terre *en tant qu'elle* est habitée par l'humanité, et c'est aussi l'humanité *en tant qu'elle* habite la Terre. L'écoumène est donc une réalité relative, ou plus exactement dit, relationnelle ; d'où notre définition : *l'écoumène, c'est la relation de l'humanité à l'étendue terrestre.* »

Rochelle, où une salle a été adaptée afin de répondre à différentes incapacités. La salle propose aux visiteurs de toucher des moulages des bas reliefs (Fig. 7). Cette scénographie visuelle et tactile est complétée par un dispositif d'accueil des personnes souffrant d'un handicap visuel. Ainsi, en plus des moulages, le texte des cartels est doublé d'une inscription en braille, une maquette tactile de la tour est disponible au rez-de-chaussée et un document de présentation en braille est disponible à l'accueil. Mais la réussite de cet aménagement s'exprime à travers le fait que les adaptations sont très utilisées, non seulement par les personnes souffrant de handicap visuel ou mental, mais aussi par les enfants ou par n'importe quel visiteur. La même observation de conception transgénérationnelle des lieux touristiques a pu être observée au Musée de Nantes situé dans le Château des Ducs de Bretagne. Il s'agit là d'un lieu touristique innovant en matière d'approche intégrée des handicaps et de compromis entre respect du patrimoine bâti historique et réglementation de mise en accessibilité inscrite dans la loi du 11 février 2005. Situé dans un quartier historique ancien avec de fortes contraintes d'accessibilité (trottoirs étroits, pavés,...) le château ne souffre pourtant pas d'une mauvaise accessibilité physique grâce aux nombreux aménagements favorisant l'accessibilité multimodale (tramway, parking, cheminement piéton) et des adaptations (ascenseur, sol stabilisé non meuble, rampe d'accès, signalisation) facilitant la circulation interne pour accéder aux douves, aux remparts ou au Musée.

De plus, le Musée de Nantes bénéficie d'une véritable accessibilité culturelle à destination des touristes handicapés. La médiation et les scénographies mises en place pour accueillir tous les publics donnent aux visiteurs des outils variés pour comprendre le patrimoine du Château et interpréter le message culturel dispensé par l'équipe de médiateurs du Musée d'Histoire de Nantes. Durant le parcours de visite tous les touristes peuvent bénéficier d'un grand nombre de supports et d'outils techniques facilitant les apprentissages (tables tactiles, dispositifs audiovisuels, boucles magnétiques, guide en langue des signes). Tous ces équipements permettent de multiplier les sources d'information : sonores, visuelles, tactiles. Certaines tables tactiles recensent en outre des informations historiques qui ne sont présentées sur aucun autre support ce qui incite tous les visiteurs à utiliser cet outil. La conception du Musée a donc permis d'aménager un espace touristique multisensoriel et accessible à tous. En somme, l'agencement spatial du Musée et la scénographie autorisent à la fois de nouvelles pratiques du lieu et une expérience d'apprentissage totalement récréative et singulière.



Fig. 7 – Moulage d'un Bas Relief dans la Tour de la Lanterne de La Rochelle

Source : David AMIAUD, 2011

Le lieu touristique : un modèle de territoire inclusif ?

Structurer une offre touristique de qualité à l'égard des personnes à mobilité réduite ne peut pas se limiter à un lieu. Il est nécessaire de porter une réflexion sur l'environnement du site, et donc adopter une approche territoriale. Le gouvernement français a d'ailleurs décidé de mettre en place un nouveau label, *Destination pour tous*, dédié à identifier des territoires touristiques adaptés. L'objectif est de favoriser la structuration d'une offre globale permettant aux touristes à mobilité réduite de mieux appréhender l'accessibilité générale du lieu de leur séjour. La ville de La Rochelle a entamé sur ce sujet une démarche volontariste de réflexion pour structurer une offre touristique accessible de son cœur historique et de ses promenades littorales urbaines. De leur côté, les villes de Bordeaux et de Saint-Gilles-Croix-de-Vie ont été retenues comme territoires pilotes à la phase de test du label *Destination pour tous*. Dans les deux cas de figure, territoire pilote ou démarche volontariste, l'objectif est de mobiliser des acteurs du handicap (élus, aménageurs, association de personnes en situation de handicap) et du tourisme afin d'élaborer un offre touristique globale adaptée. Les diagnostics d'accessibilité axés sur la politique Tourisme et Handicap permettent, comme le demande le cahier des charges du label pilote, de faire le lien entre les prestations touristiques, les services de la vie quotidiennes (pharmacie, bureau de poste, cabinet médical,...), les hébergements, les restaurants, les transports, la voirie et les espaces publics. Ainsi, contrairement aux réalisations de diagnostics d'accessibilité sectorisés, avec un impact très faible sur les discontinuités spatiales au niveau des interfaces entre la voirie, les espaces publics, les bâtiments et les transports, les

nouvelles stratégies d'adaptations universelles développées dans certains territoires touristiques permettent l'élaboration de plans d'actions de mise en cohérence d'accessibilité. Il s'agit là de véritables outils pour lutter contre le caractère liminal de l'écoumène de la population des personnes déficientes.

Ainsi, la structuration d'une offre touristique globale adaptée ne semble avoir d'impact qu'à l'échelle d'un territoire et cela peut s'entrevoir dans le cadre d'une mise en perspective au niveau européen par exemple. Les villes comme Brighton ou Barcelone ont par exemple été très souvent citées par les touristes à mobilité réduite questionnés en France entre 2009 et 2011 comme destinations touristiques accessibles. Les résultats des diagnostics d'accessibilité touristiques effectués sur ces territoires permettent de formuler l'hypothèse que la structuration d'un maillage de prestations touristiques sur un territoire de type « aire urbaine » permet de faciliter la cohérence des opérations de mise en accessibilité, la participation des administrés en situation de handicap et de favoriser l'inclusion socio-spatial.

V. Conclusion

Être touriste en situation de handicap est une expérience sociale et spatiale que la géographie ne peut ignorer car elle questionne de front la capacité d'accès aux aménités et le droit des individus de se « re-créeer » sans distinction corporelle.

Aussi l'analyse des pratiques touristiques des personnes en situation de handicap basée à la fois sur une approche corporelle, permettant de cerner les relations qu'un individu entretient avec l'espace, et sur une analyse territoriale, faisant appel à la notion de liminalité, permet d'apporter des réflexions nouvelles sur les capacités des individus à pratiquer les lieux géographiques. Mais pour apporter une réponse globale à la question de l'habiter des personnes en situation de handicap il est nécessaire de proposer une définition opérationnelle du handicap dans le champ de la Géographie. Ainsi, à l'échelle d'un individu *le handicap peut se définir géographiquement comme un déficit d'inclusion socio-spatiale lié aux capacités corporelles et à la pénibilité des pratiques de mobilités - sociales et spatiales - au sein de territoires de l'habiter marqués par des contraintes d'accessibilité.*

Au final la démarche tourisme et handicap permet d'entrevoir de nouvelles formes de pratiques multisensorielles et « re-créatives » ouvertes à tous au sein de territoire dont la forme de l'habiter touristique favorise l'inclusion socio-spatiale de tous à tous les âges de la vie.

Bibliographie

- ALLAIN Rémy., *Morphologie urbaine. Géographie, aménagement et architecture de la ville*, Collection « U », Armand Colin, 2004
- ANCET Pierre, *Phénoménologie des corps monstrueux*, Collection Science, Histoire et société, PUF, 2006.
- BERQUE Augustin, *Être humain sur la terre*, Collection le Débat, Gallimard, 1996
- BERQUE Augustin, *Ecoumène. Introduction à l'étude des milieux humains*, Collection Mappemonde, Belin, 2000
- BODIN Franck, *Une ville qui accueille*, In *Urbanisme*, n°311, mars/avril, p. 79-81, 2000
- GLEESON Brendan, *Geographies of disability*, Routledge, 1999
- GRABURN Nelson H.H., "The anthropology of tourism, *Annals of tourism research*", Vol.10, pp. 9-33, 1983
- GROBOIS Louis-Pierre, *Handicap et construction. Conception et réalisation : espaces urbains, bâtiments publics, habitations, équipements et matériels adaptés*, 6^{ème} édition, Collection Moniteur Technique, éd. Le Moniteur, 2003
- IMRIE Robert et HALL Peter, « *An exploration of disability and the development process* », *Urban Studies*, Vol. 38, n°2, pp. 333-350, 2001
- KNAFOU Rémy (dir.), *Tourisme 1 : Lieux communs*, Collection Mappemonde, Belin, 2002
- KNAFOU Rémy (dir.), *Tourisme 2 : Moments de lieux*, coll. Mappemonde, Belin, 2005
- LAZZAROTTI Olivier, *Habiter, la condition géographique*, coll. Mappemonde, Belin, 2006
- MURPHY Robert F., *Vivre à corps perdu*, Collection Terre Humaine, Omnibus, 1990
- REICHHART Frédéric, *Tourisme et handicap. Le tourisme adapté ou les loisirs des personnes déficientes*, Collection Tourisme et Sociétés, L'Harmattan, 2011
- STOCK Mathis (dir.), *Le tourisme. Acteurs, lieux et enjeux*, coll. Géographie Supérieur, Belin, 2003, 2003
- STOCK Mathis, « *L'habiter comme pratique des lieux géographiques* », EspaceTemps.net, Textuel, 18.12.2004, <http://espacetemps.net/document1138.html>, 2004
- STOCK Mathis, « *L'hypothèse de l'habiter poly-topique : pratiquer les lieux géographiques dans les sociétés à individus mobiles* », EspaceTemps.net, Textuel, 26.02.2006, <http://espacestems.net/document1853.html> , 2006

STIKER Henri-Jacques, *Corps infirmes et sociétés. Essai d'anthropologie historique*, 3^e édition, Dunod, Paris, 2005

WILLET Jeffrey et DEEGAN Marie Jo, « *Liminality and disability : Rites of passages and community in hypermodern society* », *Disability Studies Quarterly*, Vol. 21, n°3, pp. 137-152, 2001

1.2. Etude de la régularité des déplacements touristiques : vers un « habiter polytopique » ?

Claudine CELHAIGUIBEL

Université Paris Est

Claudine Celhaiguibel (claudine_celhaiguibel@hotmail.com), doctorante au Lab'Urba, Ecole Doctorale Ville, Transports et Territoires, Université Paris Est ; directeur de thèse : Jean-Pierre Orfeuil ;

Résumé

A partir d'une démarche quantitative, notre recherche tente d'observer la distribution dans l'espace et dans le temps des déplacements touristiques et séjours, et plus précisément leur régularité, réalisés pendant quatre années par environ 5.300 personnes. De cette analyse, découlent des enseignements sur les rapports que les individus tissent avec des lieux plus ou moins éloignés de leur domicile, en d'autres termes, sur l'« *habiter poly-topique* ». Ce papier restitue certains de nos arbitrages conceptuels et méthodologiques.

Mots clés : Mobilité temporaire, déplacement touristique, habiter, approche quantitative

Abstract

Our research is about how people travel in space and time. Our method consists in assessing the intensity, the frequency and the periodicity of trips and travels reported by about 5,300 people over a four-year period in order to understand the relationships people get with places they visit once or regularly. In other words, it aims at understanding how people inhabit space. Some decisions made about concepts and methods are summarized in this paper.

Key words : Temporary mobility, travel, tourism, dwelling, quantitative methods

I. Introduction

Des temps libres plus longs, des offres de destinations touristiques de plus en plus variées et segmentées pour s'adapter aux évolutions des attentes individuelles, des campagnes publicitaires promouvant l'exotisme de tel ou tel lieu, une accessibilité renforcée, une multiplication des courts séjours et des excursions... S'imaginer aujourd'hui un modèle où les individus, le temps d'un court ou long séjour, butinent toujours plus de lieux et privilégient le temporaire (à travers les modes d'hébergement : l'hôtel par exemple), l'éphémère (assister à des événements sportifs, culturels, etc.), l'émerveillement ou l'« altérité⁵ » (découvrir). Pourtant, cette image est remise en question : « les Français [seraient] fidèles et conservateurs » dans le choix de leurs destinations et des modes d'hébergement (Potier et Terrier, 2007, p.16), mais aussi dans celui du type de séjour (à la mer, à la montagne, à la campagne, etc. ; cf. Hatchuel, 1996). La quête de l'extraordinaire n'est pas si prégnante dans les motivations des individus pour qu'ils quittent temporairement leur environnement quotidien. L'*hyper-mobilité* apparente masque l'existence de comportements répétitifs et ancrés territorialement.

Si le propriétaire d'une maison à la campagne où il se rend chaque fin de semaine est une illustration admise des pratiques régulières, d'autres comportements répétitifs peuvent être évoqués : les familles installant leur caravane, chaque année, durant la même période sur un même emplacement de camping, ou encore les visites régulières dans leur village d'origine. Urbain recourt à l'expression de « révolution *casanière* » (Urbain, 2008, p.113, en italique dans le texte d'origine) pour illustrer les nouvelles relations que tissent les individus avec les voyages : « aujourd'hui, il est clair que les lieux où se retrouver le [l'homme] disputent aux lieux à découvrir et les espaces familiers, où s'arrêter et s'installer, aux espaces inconnus, à parcourir et à explorer » (*ibid.*). Aussi, les individus alternent-ils des lieux d'altérité avec des lieux « élus par ce désir [d'installation et d'enfermement, d'isolement et d'oubli du monde qui] sont familiers : connus, sans surprise, banalisés par des relations coutumières que fondent la répétition, le retour et la fidélité. Ces lieux ne sont pas autres, mais alternatifs, intégrés à une régularité, une habitude : un cycle qui exclut le critère et la valeur de l'inhabituel » (*ibid.*, p.111). L'individu est assimilé à ce nomade qui circule d'un lieu familier à un

⁵ Duhamel et al., 2008 (Equipe MIT)

autre au cours du temps. Ces pratiques régulières considérées, l'environnement habituel se redéfinit. Il ne se restreint plus à un espace de proximité / contiguïté avec le domicile principal mais intègre des lieux éloignés et fréquemment visités. « La variable discriminante pour déterminer la familiarité avec les lieux n'est plus la distance, mais la fréquence » (Stock, 2006).

Cette lecture nous amène à « l'hypothèse de l'habiter poly-topique » (*ibid.*). L'élargissement du champ des possibles en matière de mobilité (virtuelle ou spatiale, courte ou longue distance) modifie les rapports que les hommes établissent avec les lieux et s'avère propice au développement de comportements ambivalents, difficilement classables (touriste ? « villégiatureur récurrent » (Urbain, 2002, p.515) ?). Les individus, des êtres « géographiquement pluriels » (Stock, 2001, 2006 ; Ceriani *et al.*, 2008) associent à leurs pratiques des lieux multiples plus ou moins éloignés les uns des autres en fonction de leurs projets. Ils n'ont plus un seul référent géographique – l'environnement habituel autour de leur domicile principal par exemple – mais plusieurs au cours de leur vie. Ils habitent désormais plusieurs lieux : c'est « l'habiter poly-topique [...] des sociétés à individus mobiles » (Stock, 2005, 2006). Et, « le spectre des modalités de l'habiter [s'élargit par] [d]es séjours temporaires, ancrés ou vagabonds, uniques ou répétés, centrés sur un lieu, sur un territoire ou sur un réseau » (Lévy, 2004). Cependant, cette conception de l'habiter – un « habiter-léger » selon les propos de Lévy (*ibid.*) - n'obtient pas un consensus parmi les chercheurs tels que Dewailly pour qui « “habiter” implique une certaine stabilité et permanence dans des lieux de vie, un certain “enracinement” peut-être, des “habitudes” spatio-temporelles » (Dewailly, 2006, p.98)⁶.

Observer les alternances de voyages et les cycles au cours desquels les personnes s'installent temporairement mais régulièrement dans des lieux plus ou moins éloignés de leur domicile principal afin d'apporter un éclairage sur l'*habiter poly-topique* résume notre projet de recherche. L'enjeu n'est pas de prendre position dans le débat en faveur d'un *habiter-léger* ou d'un *habiter enraciné* mais de produire de la connaissance sur les

⁶ Les propos de Dewailly sont extraits de la citation suivante : « En revanche, nous sommes beaucoup plus sceptiques sur l'« habiter » à grande échelle que représentent soit des séjours de quelques jours ou semaines (voire quelques mois) dans des lieux où l'on n'est jamais venu et où l'on ne reviendra pas (vacances, par exemple), soit, *a fortiori*, pour des lieux où l'on ne fait que passer une nuit ou deux (dans un circuit touristique, par exemple). Il nous semble qu'« habiter » implique une certaine stabilité et permanence dans des lieux de vie, un certain « enracinement » peut-être, des « habitudes » spatio-temporelles » (Dewailly, 2006, p.98)

relations individu-espace.

Parmi les travaux qui sont publiés à ce jour et s'inscrivent dans cette thématique, prévalent des études ciblant un lieu spécifique ou un profil type (ex. : les résidents secondaires, ceux qui retournent dans leur village d'origine). Les approches développées, majoritairement qualitatives, tentent de qualifier les relations que nouent les personnes avec des lieux visités plusieurs fois (ex. : attachement à un lieu, familiarité / familiarisation, fidélité / fidélisation, rapports visiteurs / visités). Notre regard est complémentaire.

Notre analyse ne traite pas un lieu de destination ou un comportement déterminé mais les déplacements *dits* touristiques entrepris par les individus pour réaliser un programme d'activités à distance de leur domicile principal (séjour). A partir d'une démarche quantitative, l'objectif de notre recherche est de produire une image globale des comportements *dits* touristiques individuels (séjours et déplacements) en décrivant les distributions de ces déplacements dans l'espace (révéler les interactions entre le domicile principal et un lieu de destination à un moment donné) et dans le temps (observer les récurrences ou alternances des localisations des séjours au fil des mois et des années, mais aussi des modes d'hébergement par exemple). A cette fin, nous introduisons la notion de régularité : quelle est la régularité des déplacements et des séjours réalisés ? Cette notion nous oblige à intégrer dans notre analyse aussi bien le temps que l'espace et, plus généralement, à raisonner en termes de trajectoire individuelle. Des séjours et déplacements observés, nous tenterons de proposer une « géographie de la régularité » où seront identifiés les territoires les plus capables de fidéliser les visiteurs. Cette géographie se différencie-t-elle de la géographie *traditionnelle* du tourisme qui révèle les territoires les plus attractifs ?

Plusieurs arbitrages conceptuels et méthodologiques ont été formulés au cours de notre recherche. Parmi eux, deux aspects centraux seront abordés dans le présent papier. L'analyse a été conduite à partir des données produites par l'enquête Suivi de la demande touristique (SDT, TNS Sofrès / Direction du tourisme). Elle collecte des données relatives à la partance d'individus résidant en France métropolitaine et, pour les partants, à leurs déplacements touristiques. Bien que l'enquête SDT recueille des données portant sur les déplacements répondant à un motif principalement professionnel, nous ne manipulerons que celles concernant les déplacements pour motif principalement personnel. Au regard de notre projet de recherche, la lecture de publications sur le

tourisme et la mobilité nous a conduit à remettre en question l'objet « déplacements touristiques » au profit de l'objet « mobilité temporaire ». Ce glissement sera explicité dans la première partie. Puis, après avoir précisé le contenu de l'enquête SDT, nous détaillerons notre méthode (deuxième partie). Elle sera le prétexte pour préciser le cadre théorique principal dans lequel nous nous inscrivons : la *time geography*.

II. L'objet de notre recherche : des déplacements touristiques à la mobilité temporaire

*Les déplacements touristiques : une définition officielle, des interprétations plurielles*⁷

Le tourisme a été défini ainsi par l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT) et la Commission Statistique de l'Organisation des Nations Unies (2000, p.7) : « activités déployées par les personnes au cours de leurs voyages et de leurs séjours dans les lieux situés en dehors de leur environnement habituel pour une période consécutive qui ne dépasse pas une année, à des fins de loisirs, pour affaires et autres motifs non liés à l'exercice d'une activité rémunérée dans le lieu visité. » Dans le rapport d'où est extraite cette citation, l'expression « déplacements touristiques » n'apparaît pas. Les déplacements sont induits ; il s'agit, pour le sujet, de sortir de son environnement habituel pour être comptabilisé en tant que *touriste*.

Cette définition officielle, *large* du tourisme, imposée par des organes institutionnels à des fins statistiques est reprise à l'échelle internationale, nationale voire infra. Les chercheurs qui se sont saisis de la question touristique lui accordent, pourtant, un accueil mitigé. Ce cadre statistique serait inadapté pour comprendre le phénomène touristique, son évolution et étudier les pratiques individuelles. Anthropologues, sociologues et géographes proposent différentes lectures du tourisme qui intègrent des éléments qualitatifs renvoyant aux évolutions et caractéristiques de la société dans son ensemble.

La généralisation de la mobilité modifie les rapports que les individus établissent avec l'espace. L'environnement habituel que nous définissons comme l'espace où se concrétisent les habitudes ou les pratiques quotidiennes au cours d'une période donnée, est un espace relatif qui questionne la pertinence d'une opposition systématique entre le tourisme et l'environnement habituel et, comme conséquence, interroge le sens du tourisme. Trois lectures articulant tourisme et environnement habituel sont restituées ci-

⁷ Certains éléments de cette partie sont repris de la communication que l'auteur de ce papier a rédigé dans le cadre du colloque des « Villes petites et moyennes, un regard renouvelé », Tours, décembre 2010.

dessous et illustrent les ambiguïtés entourant la notion de tourisme.

Certains auteurs associent, tout d'abord, le tourisme à l'idée du changement. L'équipe MIT (Duhamel *et al.*, 2008) emploie le terme d'« altérité » : « [La] préoccupation première [du touriste] est cette recherche plus ou moins grande d'altérité et l'expérimentation du différentiel entre lieu(x) de vie et lieux touristiques » (*ibid.*, p.83)⁸, de confrontation avec le territoire d'accueil : culture locale, valeurs, symboles, modes de vie et pratiques quotidiennes des populations résidentes mais aussi manifestations, infrastructures et équipements locaux. L'expérience touristique marque alors une rupture ou une « discontinuité » (*ibid.*, p.10) voulue par l'individu, temporaire, avec l'environnement habituel. Elle s'exprime à travers les oppositions permanence / temporaire, quotidien / hors quotidien, ordinaire / extraordinaire, etc. où l'on isole la sphère touristique comme étant temporaire, renvoyant au hors quotidien, à des expériences extraordinaires, des pratiques « déroutinisantes » (Elias, 1994 cité par Stock, 2005) et un environnement dissocié de l'environnement habituel.

Urry (2002) développe un point de vue différent. Prime, dans l'étude du tourisme, l'expérience touristique. L'auteur ne l'appréhende pas à partir des oppositions précitées mais à travers l'expression de « tourist gaze » (*regard du touriste*). S'il insiste sur le regard distancié que portent les individus sur les lieux qu'ils pratiquent, cette mise à distance peut être éprouvée dans un environnement habituel. La mobilité - qu'elle soit virtuelle ou physique - modifie le sens du *chez soi (home)* et de l'*ailleurs (away)*. Urry de préciser : « Si les ménages se déplacent sans cesse, alors la distinction entre le chez-soi et le dehors perd de son pouvoir organisationnel et idéologique » (Urry, 2005, p.62). L'expression de « hors environnement habituel » qui caractérise un déplacement touristique - d'après la définition officielle du tourisme - perd en contenu.

Concomitamment, l'ailleurs s'installe chez soi : musées, expositions, événements culturels en sont des exemples. Les initiatives locales se multiplient pour apporter de l'ailleurs sur le territoire. Les titres d'articles de la revue *Espaces* avec pour thème « Le nouveau court séjour » sont éloquentes : « A la recherche d'un tourisme alternatif de proximité » (Michel, 2010, p.14), « L'ailleurs ici ? A la rencontre de l'autre près de chez soi » (Espinasse, 2010, p.29) comme l'illustre l'initiative d'un voyageur Point Afrique

⁸ Précisons que pour l'équipe MIT, le tourisme s'appréhende comme un système articulant des acteurs (les touristes), des lieux (touristiques) et des pratiques (touristiques). Ce sont les pratiques touristiques qui font des acteurs des touristes. Ces trois éléments sont interdépendants.

qui propose en Ardèche des séjours en hébergements traditionnels africains. Hors sphère touristique, citons les enseignes qui ouvrent des magasins à thèmes emportant le chaland dans des univers hors quotidiens, ou encore l'appareil photo, tant décrit comme l'objet type du touriste, qui se banalise et devient un objet du quotidien.

Un troisième point de vue gomme la dimension *rupture / distanciation* qui caractérise habituellement l'expérience touristique. Des travaux récents anglo-saxons (Larsen *et al.*, 2007) suggèrent l'idée qu'elle n'est plus synonyme d'isolement ou de fuite. Les déplacements touristiques répondent à la dispersion spatiale des sphères familiales et amicales (expatriations, divorces, études, etc.). Ce sont les obligations sociales (cérémonies de mariage, repas d'anniversaire, etc.) et le besoin de proximité qui entraînent la mobilité. Désormais, visiter un membre de sa famille se traduit bien souvent par un déplacement sur une longue distance durant une journée, un week-end ou une semaine. Le développement des nouvelles technologies de l'information ne réduit pas l'importance des déplacements physiques.

Ces trois lectures suggèrent qu'un déplacement touristique, considéré à travers son sens statistique, ne renvoie pas à des pratiques individuelles uniformes. Les rapports que tissent les individus avec les territoires de destination sont multiples (Stock, 2005) et renvoient à des intentionnalités diverses (sous contraintes financières, de temps, informations disponibles, etc.). Les interprétations associées à la notion de tourisme sont plurielles. Pour dépasser ce débat, nous avons adopté le point de vue de démographes et géographes anglo-saxons (Bell et Ward, 2000 ; Bell, 2004 ; Hall, 2005) qui parlent non plus de déplacements touristiques mais de mobilité temporaire (« *temporary mobility* »).

Dépasser le débat : des déplacements touristiques à la mobilité temporaire de temps libre

En étudiant désormais la mobilité temporaire, le tourisme en devient une forme (plus ou moins englobant, selon l'acception qui lui est accordée) tout comme le sont les séjours dans une résidence secondaire, les rencontres familiales, les pratiques des *snowbirds*⁹, etc.

⁹ Les *snowbirds* qualifient des personnes, retraitées le plus souvent, qui, aux Etats-Unis, passent leurs hivers dans le Sud ou choisissent d'y déménager définitivement.

Pour préciser cette expression, nous renvoyons aux propos de Bell : « For the population geographer, tourism encompasses a diverse range of activities in space and time that together comprise one element of temporary population mobility. Temporary mobility, defined here as non-permanent moves involving at least one night away from home, also includes moves that are oriented to production (work or business), as well as those occur for other consumption-related purposes (eg. hospitalisation) » (Bell, 2004, p.1). Cette définition s'avère très proche de celle proposée par l'OMT sur le tourisme à l'exception du fait qu'elle introduise une opposition entre mobilité temporaire et migration permanente. Dans la pratique, cette opposition n'est pas si marquée. La mobilité s'envisage davantage comme un continuum où le curseur entre ces deux catégories varie selon les personnes et en fonction de leurs trajectoires individuelles.

L'intérêt de glisser de la notion de déplacements touristiques à celle de mobilité temporaire est double. Cela permet, d'une part, de ne plus isoler les réflexions sur le tourisme d'autres formes de mobilité (quotidienne, temporaire ou permanente). Des interconnexions se dessinent. Une interconnexion évoquée de façon récurrente est celle des individus qui, une fois à la retraite, délaissent leur résidence *dite* principale pour leur résidence *dite* secondaire. Une deuxième illustration : les travaux qui traitent des mouvements diasporiques et étudient les relations entre ces mouvements et le tourisme.

Cela conduit, d'autre part, à dissocier les déplacements des intentionnalités, des expériences ou des pratiques associées aux lieux de destination. Comme pour les déplacements quotidiens ou les migrations permanentes, les déplacements temporaires deviennent un objet, en tant que tel, qu'il s'agit d'évaluer : leur intensité, leur distribution dans l'espace et dans le temps. L'étude de l'*ensemble* de ces déplacements aboutit à une connaissance sur la mobilité temporaire des individus.

III. Une démarche quantitative pour rendre compte de la distribution spatio-temporelle des mobilités temporaires individuelles

L'intitulé de cette deuxième partie est incomplet : rendre compte de la distribution spatio-temporelle des mobilités temporaires individuelles *afin d'apporter un regard quantitatif* sur les réflexions conduites sur *l'habiter poly-topique des sociétés à individus mobiles*. Cette problématique de l'habiter ne sera pas abordée dans cette partie, l'accent étant porté sur les données exploitées, nos arbitrages pour leur traitement et le cadre théorique, la *time geography*.

Proposer un nouvel usage de l'enquête Suivi de la demande touristique : exploiter les données à l'échelle individuelle

Notre approche est quantitative et exploite les données issues de l'enquête SDT (Suivi de la Demande Touristique, TNS Sofrès / Direction du tourisme). Cette enquête est réalisée auprès d'un panel de 20.000 personnes représentatif de la population résidant en France métropolitaine âgée de 15 ans ou plus. Un panel est un « échantillon sur lequel on effectue des mesures répétées à intervalles réguliers et dans des conditions similaires ; par extension, on donne le nom de panel à la procédure globale de l'étude » (Giannelloni et Vernet, 1995, p.23). Grâce à sa périodicité et des volumétries importantes des données collectées, le panel permet de suivre les comportements de mêmes personnes au cours d'un temps relativement long (tant que les personnes demeurent dans le panel ; au cas contraire, elles sont renouvelées) et de mettre en évidence des tendances.

Dans le cadre de SDT, les questionnaires sont auto-administrés par voie postale selon une fréquence mensuelle. Les panélistes sont interrogés, en début de mois, sur les déplacements incluant au moins une nuitée en dehors de leur domicile principal qu'ils ont entrepris durant le mois écoulé, en France ou à l'étranger. Un déplacement est caractérisé par une date de départ et une date de retour, un lieu ou plusieurs lieux de séjour, un moyen principal de transport, un mode principal d'hébergement, un nombre de personnes de l'entourage immédiat qui accompagnent le panéliste, le motif (professionnel ou personnel)¹⁰. A ce jour, les analyses produites à partir de l'enquête SDT sont macroscopiques. L'enquête « permet d'estimer les taux de départ, les volumes

¹⁰ Il s'agit des variables dont nous disposons des données ; elles ne sont donc pas représentatives de toutes les variables que collecte l'enquête SDT.

de séjours, les destinations et les principales caractéristiques des déplacements touristiques des personnes habitant en France. C'est aussi un outil d'analyse conjoncturelle qui fournit des résultats mensuels sur la mobilité » (Le Garrec et Lévy, 2008, p.256) pour une région déterminée. Pour aboutir à ces conclusions, les données individuelles sont agrégées ; l'identité des panélistes s'efface au profit de l'agrégat construit. Notre recherche regardant la distribution de la mobilité temporaire dans l'espace et dans le temps, notre exploitation de l'enquête SDT se démarque de celle précédemment décrite. L'individu sondé devient un élément central qu'il s'agit de suivre jour après jour. Notre démarche se veut résolument microscopique.

A travers l'étude des comportements, ce sont les territoires qui sont visés : certains seraient plus capables de retenir ou fidéliser les résidents temporaires alors que d'autres se montreraient particulièrement attractifs auprès de nouveaux visiteurs. La présence de données relatives aux lieux de résidence et de destination pour chaque panéliste nous permettra de préciser la nature des interactions qui s'opèrent entre territoires en termes d'intensité et de régularité des flux échangés. En complétant les données de SDT par des données territoriales (type de territoire, présence d'équipements récréatifs, capacité d'accueil, etc.), nous comparerons les territoires que surinvestissent les individus lors de voyages (territoires de réception) avec les territoires qu'ils délaissent le temps de quelques jours ou de quelques mois (territoires d'émission).

Nous proposons deux lectures de la mobilité temporaire : à travers les comportements individuels et les territoires. Une partie de nos arbitrages méthodologiques sera présentée dans cette partie. Après avoir défini le terme de régularité, nous évoquerons des réflexions récemment conduites sur la mesure de la mobilité temporaire et qui font référence à la *time geography*, exploitée, à ce jour, principalement pour l'étude de la mobilité quotidienne.

Lire la mobilité temporaire : d'une mesure d'intensité à celle de la régularité des déplacements

Lorsque des articles ou revues restituent des données relatives au tourisme, ils en proposent principalement des mesures d'intensité. Celle-ci se définit comme la valeur numérique exprimant l'amplitude ou l'importance d'un phénomène. Le cadre d'analyse est le plus souvent précisé (délimitations spatiales, période, caractéristiques de l'objet étudié, conditions spécifiques, etc.). Le nombre de déplacements émis par un département donné, ceux réceptionnés par un autre, ou encore ceux échangés en France

métropolitaine au cours de telle ou telle période sont autant de mesure d'intensité. Le nombre de nuitées est une mesure additionnelle qu'exploitent, en particulier, les acteurs publics ou privés locaux pour adapter leurs capacités d'accueil à la demande (Bell, 2004).

L'intensité peut être calculée à partir d'une autre unité : les individus. Sur une courte période, compter en nombre d'individus et compter en nombre de déplacements aboutiront à des valeurs similaires. En revanche, sur une période plus longue, ces valeurs divergeront. Un même individu pouvant effectuer le même trajet cinq fois ne sera comptabilisé qu'une seule fois alors qu'il aura réalisé cinq déplacements. L'ensemble des déplacements considérés, peu importe les individus qui les ont entrepris, correspond à une vision agrégée de la mobilité et témoigne du niveau d'activité globale d'un système. Compter en nombre d'individus apporte un éclairage complémentaire : le profil des personnes engagées dans la mobilité temporaire mais aussi leurs comportements sont des éléments qualitatifs qui aident à mieux comprendre la mobilité (*ibid.*).

Quant à la régularité, d'après un dictionnaire de la langue française, elle peut se définir comme le « caractère de ce qui est régulier ». Un mouvement ou un phénomène est dit régulier lorsqu'il est « caractérisé par une vitesse, une période, un rythme, une intensité uniforme ; sans à-coups, sans interruption » ou encore lorsqu'il « n'est pas occasionnel, mais habituel » (Petit Robert, 1998, p.1647). Comme pour l'intensité, elle requiert, en amont de sa mesure, l'identification d'un référentiel d'analyse précis (objet mesuré, cadre spatial et temporel). L'évaluation de la régularité suppose de se focaliser sur les individus et d'observer l'uniformité des déplacements entrepris, leur récurrence et leur alternance dans le temps. Des cycles sont-ils identifiables ?

Une analyse spatiale qui intègre le temps

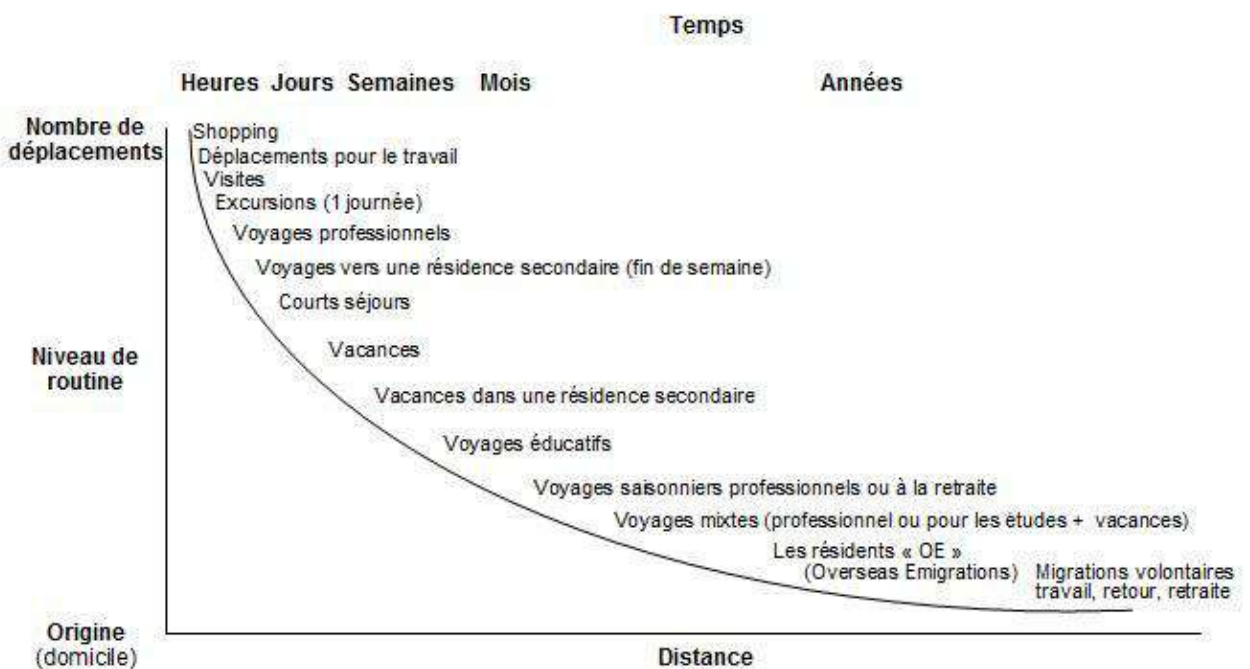
Les travaux qui nous semblent les plus avancées sur la mesure de la mobilité temporaire sont d'origine anglo-saxonne : ceux de Hall et de Bell. Leur point commun est la prise en compte des dimensions spatiale *et* temporelle dans l'étude des arbitrages humains en matière de voyage, et leur référence à la *time geography*, approche développée au cours des années 1970 autour de la personnalité de Hägerstrand. Bien plus que la vision du monde à laquelle adhère la *time geography* (*cf.* Hägerstrand, 1970 ; Chardonnel, 2001), ce sont les outils élaborés pour décrire les trajectoires individuelles (concepts et représentations graphiques) qui constituent les supports exploités pour analyser la

mobilité temporaire.

Citons, premièrement, le modèle de mobilité proposé par Hall. Les *études touristiques* ou *tourism studies* créent un cadre favorable au développement de réflexions portant sur le tourisme et les touristes : émergence de nouvelles connaissances, diversité des conceptions grâce à l'implication de plusieurs disciplines. Cette lecture du phénomène touristique est dite horizontale. Pour Coles *et al.* (2005), elle est insuffisante et doit être complétée par une lecture verticale de ce même phénomène qui consiste à insérer le tourisme parmi l'ensemble des mobilités temporaires qui elles-mêmes s'inscrivent parmi l'ensemble des mobilités. En référence aux modèles de l'analyse spatiale et de la géographie du temps, Hall (2005, 2008) propose un modèle de mobilité où il tente d'intégrer le tourisme aux côtés d'autres formes de déplacements. Trois axes sont considérés : le temps des séjours, la distance parcourue depuis le domicile et le nombre de déplacements (*cf.* figure 1). La régularité avec laquelle sont entrepris les déplacements devient une variable fondamentale (« routine »). En revanche, le terme de tourisme n'apparaît pas : est-il implicite ? Véritablement absent à mesure que les séjours se répètent ? Par ailleurs, ce modèle peut se lire aussi bien à l'échelle des individus que celle des territoires ; les rapports – réguliers ou non - entre les visiteurs et les lieux fréquentés interrogent la fonction d'accueil des territoires.

Figure 1 : Un modèle de mobilité

Source : Traduit de Coles *et al.*, 2005, p.189

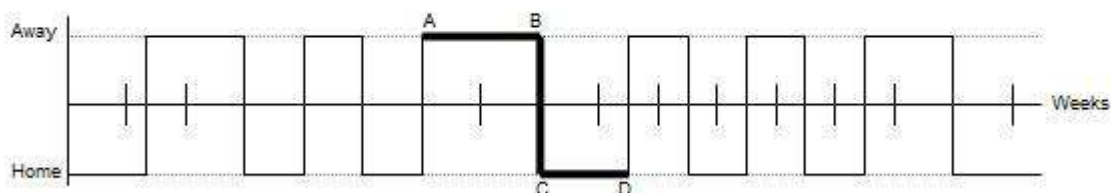


Bell ne propose pas un modèle mais des outils pour mesurer la mobilité temporaire. La pluralité des formes de déplacements que recouvre la mobilité temporaire constitue une difficulté majeure pour l'appréhender, quantitativement, dans sa globalité. Le démographe parvient à identifier neuf composantes qui, chacune d'entre elles, permet de contraster les différents mouvements observés : l'intensité du mouvement, la durée du séjour, la fréquence du mouvement, la périodicité, la saisonnalité, la distance, les itinéraires spatiaux, la connectivité spatiale (« *spatial connectivity* ») et l'impact spatial (« *spatial impact* ») (Bell, 2004, p.2). Les cinq premières appréhendent la dimension temporelle des déplacements ; les quatre suivantes, la dimension spatiale. Ces dernières peuvent être rapprochées des modèles produits par l'analyse spatiale : modèles gravitaires, de flux touristiques, origine-destination, centre-périphérie ou encore modèles évolutifs qui présentent les processus de mise en tourisme des lieux.

Une avancée majeure parmi les composantes listées par Bell porte sur la *périodicité*. Elle renvoie à ce que nous nommons la « régularité » ou que Chapman et Prothero (1983, cité par Bell, 2004, p.10) étudie sous le terme de « circulation ». Il s'agit d'évaluer la régularité avec laquelle des itinéraires se reproduisent dans le temps. Le travail saisonnier et les week-ends passés dans une résidence secondaire à la campagne sont des exemples classiques de mobilité de circulation. Bell la décompose selon trois dimensions : la fréquence, le rythme (« *timing* ») et la durée (*ibid.*, p.11). La figure 2 représente la trajectoire hypothétique d'un voyageur qui enchaîne plusieurs circuits. En gras, est représentée la séquence A-B-C-D qui correspond à un circuit. Selon ce cadre analytique, l'évaluation de la régularité consiste à observer la répétition avec laquelle la séquence A-B-C-D se reproduit dans le temps.

Figure 2 : Trajectoire hypothétique d'un voyageur (d'après Taylor, 1986)

Source : Taylor, 1986 modifié par Bell, 2004, p.23

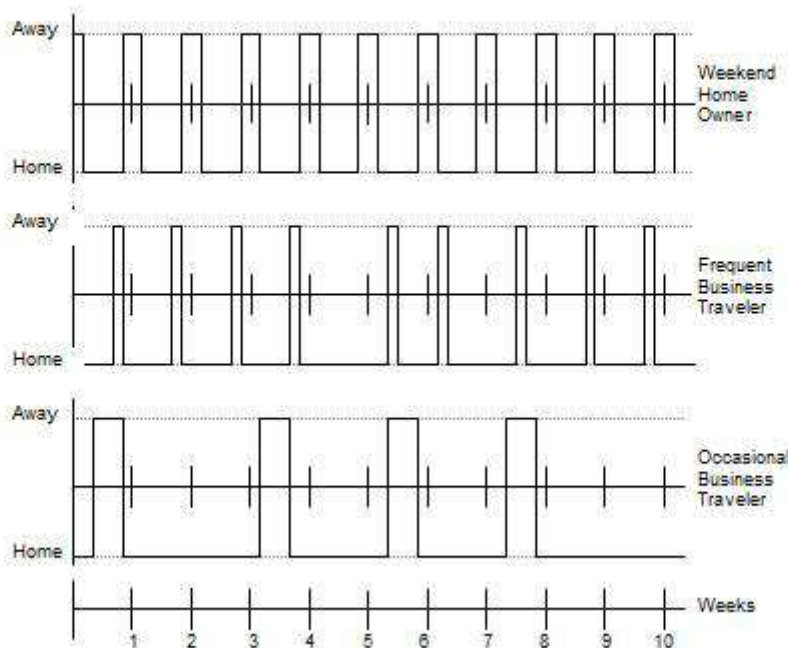


Bell applique cette démarche à des formes de déplacements pour lesquelles la régularité est supposée. Il s'agit de mobilité temporaire de circulation dont les cycles sont

déterminés à partir de données hypothétiques. Des différentes trajectoires qu'il décrit, nous en extrayons trois. La première illustre la trajectoire d'un individu possédant une résidence secondaire dans laquelle il se rend toutes les fins de semaines. Les deux suivantes sont celles de personnes se déplaçant pour motif professionnel, avec des départs dont les rythmes varient d'une situation à l'autre (cf. figure 3).

Figure 3 : Exemples de trajectoires individuelles associées à des activités

Source : Bell, 2004, p.24



Les représentations des trajectoires associées à des activités constituent une avancée dans l'étude de la mobilité temporaire. La régularité des itinéraires qui s'opère pour certaines formes de déplacements s'observe – aussi - en dehors d'un cadre quotidien d'analyse de la mobilité auquel les applications de l'approche d'Hägerstrand nous avaient habitués. Les schémas appliqués aux personnes voyageant pour raisons professionnelles rendent compte de la diversité des comportements individuels. Les rythmes varient d'une trajectoire à l'autre et au cours de ces mêmes trajectoires.

Cependant, ces représentations sont théoriques, élaborées à partir de données hypothétiques pour décrire des « well recognised forms of circular mobility » (*ibid.*, p.12). Ces trois trajectoires sont associées à des activités (« *activities* ») distinctes que Bell considère indépendamment les unes des autres. Dans quelle mesure, de tels cycles

se dessinent et peuvent s'observer dans la réalité ? En rapprochant une trajectoire à une activité précise, Bell propose une vision très simplifiée des arbitrages et comportements individuels. Il exclut les situations où une personne entreprend un déplacement pour accomplir plusieurs activités. En se focalisant sur des activités « évidentes » qui créent de la régularité, il occulte d'autres activités qui peuvent, pourtant lors d'un même voyage, jouer un rôle significatif dans les arbitrages individuels concernant la durée du séjour ou encore l'itinéraire suivi (par exemple, combiner des déplacements professionnels réguliers et des visites chez un proche). Par ailleurs, Bell n'apporte pas d'éléments précis concernant la dimension spatiale. Il appréhende la périodicité entre le domicile / l'environnement habituel (« *home* ») et le hors-domicile / hors environnement habituel (« *away* »). Dans les exemples qu'il exploite pour dessiner les trajectoires individuelles, ces deux référents spatiaux sont stables dans le temps (une entreprise, une résidence secondaire).

Bell d'écrire : « Most forms of circular mobility are associated with a particular activity that dictates the sequence of days spent at home and away » (*ibid.*). En d'autres termes, connaître les activités qui requièrent des déplacements réguliers et incluant au moins une nuitée hors domicile, permettra de préciser leur périodicité. Ceci confère aux activités un rôle « déterministe » et ignore la marge d'autonomie dont disposent les personnes pour organiser leurs voyages. Une activité exercée dans un cadre professionnel ne s'entoure pas des mêmes contraintes qu'une activité de temps libre.

Par ailleurs, aucune définition n'est proposée du terme d'activité. Une de nos hypothèses est qu'il existe une régularité des déplacements temporaires de temps libre, mais elle n'est pas réduite aux allers-retours entre le domicile et la résidence secondaire. D'autres activités, moins visibles - ou moins évidentes -, s'opèrent régulièrement à distance du domicile. Comment, dans une démarche quantitative, identifier de telles activités ?

Le matériel pour y répondre : des données à la production de la connaissance

Les données issues de l'enquête SDT enrichies par des données territoriales constituent la matière première de notre analyse de la mobilité temporaire. Elles ont été brièvement présentées dans l'introduction de cette deuxième partie.

Deux observations préliminaires concernant la mesure de la régularité des déplacements temporaires :

- Elle suppose que les individus réalisent au moins deux déplacements au cours d'une période suffisamment courte pour qu'ils soient comparables. Or, 25% des Français ne quittent pas leur domicile chaque année pour motif personnel (Direction du Tourisme, 2007). Parmi ces personnes, certaines préfèrent reporter leur départ l'année suivante ; d'autres, rester chez elles ou bien sont assignées à leur domicile. La régularité est fonction de l'intensité avec laquelle les individus se déplacent. Ce constat conduit à la question suivante : comment évoluent les courbes d'intensité et de régularité dans le temps ? Quels facteurs personnels et spatiaux influencent le fait que la trajectoire d'un voyageur sera marquée par une grande – ou faible - régularité de ses activités ?
- La définition proposée de la régularité insistant sur l'uniformité est rigide. Le plus souvent, les individus adaptent leurs choix de déplacements en fonction d'un contexte à un moment donné. Les contraintes pesant sur les départs sont variées : financières, professionnelles, familiales, temporelles, conjoncturelles, etc. Elles peuvent empêcher, différer ou redéfinir un déplacement. Comment intégrer ces « écarts » d'arbitrages dans l'évaluation de la régularité ?

La mesure de la régularité requiert l'identification d'un cadre d'analyse : l'objet, le temps et l'espace en sont les principales composantes.

L'objet. Appliquée aux déplacements temporaires de temps libre, la régularité peut porter sur une composante du déplacement : un même mode d'hébergement, une même période au cours de l'année, une même région, un même mode de transport, un même type de séjour (à la mer, à la montagne, en ville, à la campagne), etc. ; ou bien sur l'ensemble des composantes simultanément. Si nous reprenons les termes employés par Bell pour caractériser la trajectoire d'un voyageur, il s'agira d'évaluer le rythme, la fréquence et la durée (dimension temporelle) avec lesquels sont entrepris l'(les) *activité(s)*. La définition d'une activité est tributaire des données disponibles : le mode d'hébergement, le type d'accompagnement (seul ou accompagné) et le territoire de destination. La délimitation de ce dernier constitue un élément clé pour lire la régularité.

Le temps. La période considérée pour étudier la régularité est centrale. Le cadre traditionnellement exploité par les chercheurs et professionnels du tourisme est l'année qu'ils découpent, le plus souvent, en saisons. Ce cadre temporel d'analyse a une réalité sociale : les vacances scolaires, les congés sont définis selon un rythme annuel. En revanche, il peut ne pas bien rendre compte des comportements individuels en matière de déplacements temporaires. « While in the tourism industry one may automatically assume that period to be one year, this assumption ignores the issues of multiple travel within one year, and of these travelling, only every other or every third year. For example, while the latter might choose the same destination on every trip, because these trips are three years apart with two “no-trip” purchases in between, these persons might not be considered to be as loyal to the destination as those who return every year » (Oppermann, 2000, p.30). Eu égard de ces considérations, le cadre temporel d'étude s'ajustera, *in fine*, en fonction des questionnements soulevés qui orienteront le type et la taille de l'échantillon à interroger et l'échelle d'observation (micro ou macroscopique), et des dispositifs de collecte des données (fiables et réalisables). Les données collectées par l'enquête SDT constituent, en ce sens, un *bon* compromis : disposant de données pour la période 2005-2008, nous n'avons sélectionné que les individus présents dans le panel durant les quatre années. Ce sont ainsi 5.331 panélistes¹¹ dont nous pouvons analyser les comportements en matière de déplacement temporaire, mois après mois : s'ils sont partants ou non partants, l'intensité et la régularité de leurs déplacements. Ces comportements sont croisés avec le profil sociodémographique des personnes interrogées et leurs arbitrages concernant les composantes des voyages entrepris.

L'espace. L'analyse n'intègre que les déplacements réalisés en France métropolitaine. Lire la mobilité dans l'espace suppose, au préalable, son découpage en zones géographiques. Un flux est comptabilisé dès que se produit le franchissement de la

¹¹ L'échantillon des 5.331 panélistes n'a pas été redressé. Dans les études sur les déplacements touristiques, le redressement s'effectue à partir de données rattachées au lieu de résidence de l'individu (*cf.* Terrier *et al.*, 2006, p.113). Ne sachant pas si la représentativité au lieu de résidence garantirait la représentativité au lieu de destination *et* une représentativité des comportements individuels, nous ne considérons que les données brutes. Remarquons, toutefois, que, considérant les variables utilisées pour le redressement, à l'exception de l'âge (surreprésentation des personnes les plus âgées) et de la région de résidence (sous-représentation des individus résidant en région parisienne), nous observons que la composition de notre échantillon est proche de celle de la population résidant en France métropolitaine de 15 ans ou plus.

frontière d'un territoire donné. Pumain et Saint-Julien d'en préciser le principe : « tous les mouvements qui se produisent à l'intérieur d'une zone ne sont alors pas considérés comme faisant partie de cette mesure de la mobilité. Plus les zones sont vastes, et moins les flux entre zones sont importants, puisque des déplacements interzones (entre les zones) deviennent alors intra-zones (à l'intérieur d'une zone) et ne sont plus comptabilisés dans les échanges » (Pumain et Saint-Julien, 2010, p.17). Découper l'espace rend visible le mouvement des personnes et une mesure de l'intensité de ce mouvement dépend étroitement de la finesse de ce découpage. Sachant que l'unité spatiale élémentaire dont nous disposons de données est la commune, selon quels critères découper la France métropolitaine pour lire la mobilité temporaire de temps libre ?

Du découpage retenu dépend l'évaluation de la régularité. Les séjours déclarés par un panéliste dans deux communes distinctes appartenant à une même maille seront associés à des déplacements réguliers (exemple d'un vacancier qui, n'ayant pas trouvé une chambre libre dans la commune qu'il avait fréquentée une année, séjourne dans la commune limitrophe l'année suivante ; les deux communes appartenant à une même maille).

Défini comme « le plus petit territoire sur lequel les habitants ont accès à la fois aux équipements de la vie courante et à l'emploi » (d'après l'INSEE), le bassin de vie constitue la maille de notre découpage de la France métropolitaine, se rapprochant le plus de la notion d'environnement habituel.

Le cadre spatio-temporel et les objets définis, les trajectoires individuelles sont reconstruites. De ces trajectoires, découlent des enseignements sur les façons d'habiter l'espace, les territoires surinvestis ponctuellement ou régulièrement.

IV. Conclusion

Ce papier retrace certains arbitrages conceptuels et méthodologiques abordés dans le cadre de ma thèse de doctorat. Les analyses que nous conduisons n'ont pu être possibles que grâce aux données produites par l'enquête SDT : de larges volumétries collectées au fil des mois et des années. L'inconvénient d'une telle méthode est que nous ne maîtrisons pas la production des données, le questionnaire établi répondant à des objectifs distincts des nôtres. Néanmoins, les données existantes couplées à des

arbitrages sur leur traitement et l'enrichissement par des données extérieures nous permettent de formuler des conclusions sur les comportements individuels, l'habiter et les territoires

L'étude de la *répétition*, du *retour* et de la *fidélité* pour un lieu déterminé se situe à la marge de la sphère touristique et oblige le chercheur à s'interroger sur le sens du tourisme : s'agit-il toujours de tourisme ? Le tourisme n'est-il qu'une antithèse de la routine, du quotidien ? Aux côtés d'une définition statistique – et large - du tourisme, les points de vue des chercheurs divergent. Notre ambition étant d'apporter des éléments de réflexion à l'habiter des hommes à travers l'observation des mouvements qu'ils entreprennent, nous avons contourné ce questionnement en glissant de l'objet de déplacements touristiques, à celui de déplacements temporaires puis de mobilité temporaire. Le tourisme devient un objet second qu'il s'agit de questionner, rétroactivement, eu égard des comportements des 5.331 panélistes étudiés.

En insistant sur la dimension temporelle, nous sortons les déplacements de leur isolement et les inscrivons dans un système – plus large – de mobilité. Les expériences vécues par les individus, leur trajectoire sont des variables qui aident à comprendre leurs arbitrages en matière de mobilité et d'installation et, plus généralement, concernant leur façon d'habiter l'espace. Notre analyse permet de saisir quatre années consécutives de déplacements temporaires. Si elle propose une image globale des comportements individuels (intégrant les non-partants, soit 13,8% de notre échantillon, jusqu'aux grands voyageurs, soit 3,8% qui ont déclaré 60 voyages au plus au cours de la période 2005-2008), elle appelle des approfondissements dont deux axes principaux se précisent. Le premier fait référence aux travaux de Larsen *et al.* (2007) brièvement présentés dans ce papier et porte sur l'éclatement spatial des sphères amicales et familiales, à la fois support (opportunité d'être hébergé gratuitement) et moteur (besoin de proximité, obligations sociales) de déplacements. Le deuxième renvoie aux territoires récepteurs. Le visiteur est décrit désormais comme un habitant temporaire, occasionnel ou fidèle, d'un lieu. Dans quelle mesure le glissement de la figure de visiteur, d'excursionniste ou de touriste à celle d'habitant temporaire peut-il être un levier pour repenser la fonction touristique en local ?

1.3. Euros en poche, mobilités en pratique. Enjeux méthodologiques

Marion LE TEXIER

Université Paris-Diderot / Université du Luxembourg

L'auteure est inscrite en doctorat de géographie depuis février 2010 sous la direction de Claude Grasland, Professeur à l'Université Paris 7, et de Geoffrey Caruso, Assistant Professeur à l'Université du Luxembourg. La thèse de doctorat préparée s'intitule : « Explorer la mobilité des individus et l'intégration des régions au sein de l'espace européen par l'analyse et la modélisation de la circulation des pièces euro ». L'auteure, rattachée à l'UMR 8504 Géographie-Cités, est également membre et représentante des doctorants auprès de l'Ecole Doctorale de Géographie de Paris.

Résumé

Cette étude discute des enjeux méthodologiques d'une prise en compte de l'euro comme marqueur des mobilités touristiques infra européennes. L'objectif est d'offrir une nouvelle figure du tourisme estival français et des interactions potentielles entre résidents français et résidents européens. Les données d'enquêtes utilisées proviennent de l'Observatoire de la Diffusion Spatiale des Euro et portent sur le contenu du porte-monnaie (nombre de pièces selon la valeur et l'origine) d'un échantillon de 2000 individus pour chacune des deux enquêtes utilisées.

Mots clés : Euro, France, Indicateur, Mobilité, Tourisme

Summary

This study discusses the methodological issues of a use of euro coins as a proxy for indicators on European tourists' mobility within French regions. More particularly, the goal is to provide a new figure of the summer tourism and to increase knowledge on the place and time of potential interactions between French residents and other residents of the European Monetary Union. The dataset used come from two surveys realized by the Euro Spatial Diffusion Observatory (ESDO). Each of those surveys informs about the content of a sample of 2000 purses (number of parts by value and origin).

Key words: Euro, France, Indicator, Mobility, Tourism

I. Introduction: L'euro comme marqueur des mobilités touristiques?

La spécificité des mobilités touristiques

La recherche sur les mobilités touristiques rencontre deux difficultés majeures : une difficulté théorique, le sens à donner à la notion de tourisme, et une difficulté que nous qualifierons d'empirique, bien qu'elle comporte une base épistémologique. Cette seconde difficulté consiste en la mesure du phénomène. Dans cette étude, nous considérons le tourisme comme une utilisation particulière du temps libre (Coeffe, 2009), impliquant une mobilité géographique (Bell et Ward, 2000 ; Stock et Duhamel, 2005). Cette mobilité, appelée mobilité touristique, engage non seulement des flux de personnes, mais également de biens et d'argent. En Europe, cette circulation monétaire a, par ailleurs, été fortement accrue avec l'adoption de l'euro, qui a contribué à fluidifier la circulation monétaire via les mobilités touristiques (Debardieux et al., 2008).

Dans un article recensant les données produites sur les mobilités touristiques, C. Terrier (2005), analyse les difficultés liées à chaque grande famille de données, allant des méthodes d'enquêtes auprès des touristes à des mesures plus ou moins (in)directes des flux. En effet, si les afflux de touristes en France (Terrier et al., 2005), lesquels correspondent aux fréquentations touristiques, sont assez bien estimés par les enquêtes existantes, il en est autrement pour les flux qui demandent des dispositifs de comptage coûteux et épineux (tant du point de vue des libertés individuelles que des méthodes à adopter). Ces difficultés sont accentuées dès lors qu'il s'agit d'observer les mobilités des touristes à l'étranger: addition des flux touristiques stricto sensu à d'autres types de déplacements transfrontaliers, difficulté de saisie de l'importance des flux de transit, surévaluations liées au comptage des passages de frontières, etc. (Dehoorne et al., 2008). Toutefois, aucune mesure ne serait être exhaustive, et, si les échelles spatio-temporelles utilisées manquent souvent de finesse, « la précision de la mesure, même si elle peut et doit être améliorée, ne saurait résoudre tous les problèmes car, à cette difficulté d'établir le chiffre, s'ajoute celle, tout aussi importante, de l'expliquer » (Terrier, 2005:61). Il reste donc beaucoup à faire pour comprendre les mobilités touristiques des étrangers en France et la recherche de nouveaux indicateurs, même indirects, en est une issue majeure.

L'approximation par l'euro : un nouvel outil ?

Les enquêtes sur les porte-monnaie réalisées par l'Observatoire de la Diffusion Spatiale

de l'Euro¹² (ESDO) ont permis de suivre la diffusion des euros étrangers en France et de révéler les logiques multi-niveaux amenant à la mobilité spatiale des pièces (Berroir et al., 2006). S'il est impossible de connaître les mécanismes de circulation particuliers à chaque pièce observée en France (le franchissement de frontière s'est-il fait directement entre le pays d'émission et le porte-monnaie enquêté ? Ou bien par une suite de déplacements d'individus différents ?), C. Grasland et F. Guérin-Pace sont toutefois parvenus à montrer l'influence des logiques gravitaires sur l'arrivée d'euros étrangers sur le territoire national (Grasland et Guérin-Pace, 2004, Grasland et al., 2005). Les deux auteurs, en collaboration avec C. Terrier de la direction du Tourisme, se sont également intéressés au rôle joué par les mobilités touristiques dans la diffusion des pièces euros étrangères et ont confronté les données sur l'euro (par le biais d'un indicateur de probabilité de détenir au moins une pièce étrangère dans son porte-monnaie) à des données sur le tourisme des étrangers en France (données de la direction du Tourisme sur le nombre d'arrivées dans les hôtels de tourisme et de camping) et des français à l'étranger (données de l'enquête SDT – Sortie du Territoire). Ils concluent néanmoins que le comptage d'euro ne permet pas de discerner les motifs de déplacements à l'origine d'une présence en une localisation particulière, mais qu'il permet toutefois de mesurer le degré d'ouverture des territoires aux réseaux internationaux (Grasland et Guérin-Pace, 2005).

Nous avons, depuis, démontré qu'il était possible de distinguer certains des grands types de mobilité servant de canaux de diffusion des pièces euro grâce à une analyse désagrégée (Le Texier, 2011), laquelle ne consiste plus en une approche individuelle sur les porte-monnaie (comme il en était le cas dans les analyses citées dans le paragraphe précédent) mais en une approche fiduciaire (basée sur l'étude des pièces). Tentant à présent de capter la capacité des pièces euro à jouer le rôle de marqueur des mobilités touristiques, nous faisons l'hypothèse que le lieu d'émission de la pièce (que nous appellerons pays d'origine) est déterminant lorsqu'il s'agit d'observer les sur et sous représentations de certaines origines de pièces liées à la période estivale dans les régions françaises. Les pratiques touristiques sont, en effet, dépendantes de logiques préférentielles, et les lieux et modes d'hébergement varient en fonction des caractéristiques de l'individu-touriste. Le pays de résidence est, en ce sens, un véritable vecteur de différenciation des pratiques touristiques des étrangers en France (Eurostat,

¹² <http://www.esdo.prd.fr/>

2008).

En outre, la fonction de marqueur socio-spatial attribuable à la répartition des pièces étrangères en fonction de leur origine n'est pas la même en fonction de la valeur spatiale (Le Texier, 2011): la proportion de pièces étrangères au sein des petites valeurs (1, 2, 5, 10 cents, selon la classification de la BCE¹³) étant bien moins élevée que chez les grandes valeurs (20, 50, 100 et 200 cents). Nous faisons donc l'hypothèse que les petites pièces ont une vitesse de propagation plus faible, probablement liée à une utilisation plus cantonnée aux petits achats du quotidien (boulangerie, épicerie, etc.) que les autres. La validité de cette seconde hypothèse dans le cadre particulier des mobilités touristiques sera évaluée dans une seconde partie.

Il est, par ailleurs, intéressant de constater que le degré de présence des pièces émises dans des pays autres que la France n'est pas directement lié à leur importance numérique (Figure 1). Si l'Allemagne a produit plus de 35% des pièces euro étrangères à la France à la fin 2004, ces dernières ne représentent qu'à peine plus de 20% des pièces étrangères observées dans l'enquête ESDO de septembre 2004. A l'inverse, on observe presque quatre fois plus de pièces belges en France que dans l'Union Monétaire Européenne (UME), et les pièces espagnoles¹⁴, luxembourgeoises et portugaises y sont également surreprésentées. L'observation différenciée des origines de pièces paraît donc primordiale à l'étude de la potentialité des pièces euro à incarner un proxy aux mobilités touristiques.

Si les différentes origines de pièces ne se répartissent pas équitablement sur le territoire européen en 2004, nous pouvons nous demander qu'elle était la situation en France à la même époque ? Les régions françaises sont-elles dotées de la même proportion de pièces des diverses origines ? Ou bien certaines régions sont plus perméables que d'autres aux afflux de pièces étrangères ? Certaines régions bénéficient-elles d'une concentration plus forte d'une origine de pièces particulière ? Et, question centrale de cette étude, comment déterminer le rôle des afflux de touristes dans ces différents motifs

¹³ <http://www.ecb.int/stats/euro/circulation/html/index.en.htm>

¹⁴ 100 millions de pièces de cinquante cents ayant été commandées par la France à l'Espagne et distribuées en France au début de 2002, ces pièces ne peuvent être considérées comme « espagnoles ». Pour éviter tout risque de mésinterprétation, l'ensemble des pièces de cinquante cents a été retiré des indicateurs fondés sur l'ensemble des dénominations, quelque soit l'origine des pièces observée. A contrario, afin de se prémunir contre les biais liés aux manques de données, seules les pièces de cinquante cents espagnoles ont été retirées des indicateurs construits sur les grandes dénominations.

de circulation monétaire ?

La première partie de cette étude s'attache à décrire les indicateurs établis afin de révéler les différences de répartitions spatio-temporelles de pièces étrangères dans les régions françaises. Les hypothèses sous-jacentes à leur définition peuvent être résumées en deux points : si les touristes étrangers entretiennent des relations privilégiées avec certaines parties du territoire, alors les indicateurs doivent rendre compte de ces situations préférentielles. Deuxièmement, la prise en compte de la saisonnalité doit permettre de distinguer les pièces euro amenées par les touristes de celles liées aux autres mobilités. Chacun des trois indicateurs construits dans cette étude s'attachant à décrire un phénomène particulier, nous avons ensuite voulu comparer leurs qualités respectives de marqueur des mobilités touristiques des européens en France. Des analyses de dépendance à travers l'usage de régressions linéaires multiples ont été menées dans ce sens.

II. Répartition des pièces euro « étrangères » sur le territoire

Des spécialisations régionales

L'utilisation de quotients de localisation est supposée nous aider à caractériser les régions françaises les plus connectées aux autres pays membres de l'UME après l'été 2004 (infra : Note méthodologique n°1). Déclinés en autant d'origines de pièces, ces indicateurs possèdent deux avantages. En premier lieu, ils renseignent sur les relations préférentielles qu'entretiennent ces pays avec les 19 régions françaises enquêtées en répondant à la question suivante: la proportion que prend une origine de pièces particulière dans une région est-elle plus forte que sa proportion sur l'ensemble du territoire? Il permet également de déterminer les origines de pièces qui introduisent le plus de différenciation entre régions françaises. Les écarts entre les valeurs minimales et maximales des indices témoignent, en effet, de ces plus ou moins fortes inégalités.

Note méthodologique (1) - Quotient de localisation

Le quotient de localisation permet de calculer les concentrations d'un phénomène dans un territoire donné en comparaison avec une situation de référence: celle qu'il représente dans l'ensemble géographique observé. Il mesure donc la tendance qu'ont certaines activités ou certains domaines à se regrouper en un même lieu de façon plus concentrée qu'ailleurs. En ce sens, il permet d'observer les processus de différenciation territoriale (ici le processus sélectif de diffusion spatiale des pièces euro étrangères).

Le quotient de localisation se calcule de la manière suivante:

$$Q_{ij} = (N_{ij}/N_i.) / (N_j./N..)$$

Avec:

$N_{ij}/N_i.$ la part de l'activité j dans l'unité spatiale i

$N_j./N..$ la part de l'activité j dans l'espace de référence

En septembre 2004, seuls les euros émis par les pays les plus gros producteurs de pièces avaient atteint l'ensemble des 19 régions françaises dans lesquelles a eu lieu l'enquête (Figure 2). Les régions frontalières au pays membres de l'UME bénéficient de quotients de localisation positifs pour les pièces émises par leurs voisins de manière quasi unanime. A titre d'exemple, on observe que le ratio le plus élevé se trouve entre la part prises par les pièces belges dans le Nord-Pas-de-Calais et le reste de la France. La région Provence-Alpes-Côte-D'azur est en ce sens une exception puisque les pièces italiennes y représentent une part moins importante qu'elles ne le font sur l'ensemble du territoire. Enfin, des relations plus réticulaires semblent se profiler puisque des régions comme le Languedoc-Roussillon jouissent de quotients de localisation supérieurs à 1 pour des pièces émises dans des pays ne faisant pas parti de leurs voisinages. Ce sont pour ces surreprésentations, qui n'apparaissent pas répondre à des logiques de voisinage mais à des logiques préférentielles, que nous faisons l'hypothèse d'une origine liée aux afflux touristiques. Toutefois, la construction de l'indicateur implique un biais non négligeable, puisque les surreprésentations peuvent tout autant être le fait d'une présence relativement élevée des pièces de cette origine dans l'espace régionale que d'une absence des autres origines de pièces dans ce même territoire.

Si le quotient de localisation présente divers avantages, parmi lesquels le fait de gommer les effets de taille pour faire ressortir les effets de structures, de raisonner par rapport à un profil moyen, ou encore de comparer directement les domaines de spécialisation ou les unités spatiales, il nécessite toutefois d'être interprété avec

précaution. Il présente notamment une faiblesse plus directement liée à sa capacité à approximer les flux de touristes étrangers vers les régions françaises. Le référentiel utilisé ici est celui-ci de l'enquête (total des pièces observées dans les 21 régions enquêtées). Ne prenant en compte aucun point de comparaison dans le temps, il n'est pas possible de savoir si les différentiels de pièces étrangères qu'il révèle sont le résultat d'afflux monétaires inégaux spécifique à l'été, ou opérant tout au long de l'année. Autrement dit, il ne permet pas de distinguer quelles ont été les mobilités, ou canaux de diffusion, à l'origine de l'arrivée de ces pièces.

Des apports saisonniers inégaux

Le calcul des pourcentages d'évolution des pièces étrangères avant (enquête de juin 2004) et après l'été 2004 (enquête de septembre 2004) a pour but de répondre à cette limite (infra : Note Méthodologique n°2). Nous faisons, en effet, l'hypothèse que plus une région est attractive pour les touristes originaires d'un pays particulier de l'UME, plus la part des pièces émises par ce pays doit croître après la saison estivale.

Note méthodologique (2) - Pourcentage d'évolution

Le pourcentage d'évolution décrit la différence entre un phénomène observé à deux périodes différentes dans une même unité (statistique ou géographique).

Il se calcule de la manière suivante:

$$E_{i,j} = \frac{P_{i,j,t+1} - P_{i,j,t}}{P_{i,j,t}} * 100$$

Avec:

$P_{i,j,t+1}$ la proportion de pièces d'origine j dans l'ensemble des pièces observées dans l'unité spatiale i au temps d'arrivée

$P_{i,j,t}$ la proportion de pièces d'origine j dans l'ensemble des pièces observées dans l'unité spatiale i au temps de départ

Il est tout d'abord intéressant de noter que la proportion prise par les pièces émises par les voisins de la France dans les régions leur étant frontalières est moins importante après l'été qu'avant (Figure 3). Il semble ainsi que les échanges monétaires entre les régions frontalières et leurs voisins soient moins intenses pendant la période estivale (à l'exception du Midi-Pyrénées et des pièces espagnoles, et de la Lorraine et des pièces belges), et l'on pourrait donc en conclure que la proximité a un impact négatif sur

l'attractivité touristique. A contrario, la côte atlantique voit le pourcentage d'un grand nombre d'origine de pièces augmenter à la suite de l'été. Bien que meilleurs que ceux de la plupart des régions centrales, les résultats sont plus mitigés pour la côté méditerranéenne et notamment la région PACA, où l'afflux de pièces allemandes, autrichiennes, espagnoles, grecques, italiennes et hollandaises est moins élevé après l'été qu'avant.

S'ils renseignent sur les écarts d'afflux monétaires à la suite de l'été dans les différentes régions, l'utilisation de ce type d'indicateurs présente cependant un inconvénient majeur pour notre étude. Effectivement, les indicateurs n'étant pas construits sur la base d'un référentiel géographique commun, ils ne permettent pas de rendre compte de l'importance relative des évolutions. Prenons ainsi l'exemple de deux régions, A et B, pour lesquelles le nombre de pièces observées serait identique. La part des pièces étrangères est de 1% en A et de 15 % en B au temps t, et de 2 % en A et 22% en B au temps t+1. Le pourcentage d'évolution en A est alors de 100% entre t et t+1; alors qu'il n'est que de 22% dans la région B. Les pourcentages d'évolution ne permettent pas de rendre compte de la plus grande importance des pièces étrangères dans la région B en comparaison de la région A.

Des régions plus spécialisées après l'été

Le troisième indicateur mobilisé pour cette étude tente de prendre en compte la relativité de ces évolutions. Il mesure le pourcentage d'évolution des quotients de localisation régionaux entre les mois de juin et septembre 2004 (infra : Note méthodologique n°3). Nous faisons ici l'hypothèse que plus une région est prisée par les touristes étrangers, plus l'afflux des pièces émises dans leur pays d'origine se concentrera dans la-dîte région au cours de l'été. Reprenons l'exemple des deux régions susmentionnées. Avec 1% de pièces étrangères, la région A a un quotient de localisation au temps t de 0.12 et la région 2 de 1.88. Au temps t+1, leurs quotients de localisation sont respectivement de 0.16 et de 1.83, ce qui donne un indice temporel de spécialisation de 33% pour A et de -2.66% pour B. La région A est plus spécialisée en pièces étrangères après l'été que la région B, pour laquelle la proportion de pièces étrangères est plus proche de la proportion moyenne après l'été qu'avant.

Note méthodologique (3) - Indice temporel de spécialisation

Cet indice combine quotients de localisation et pourcentage d'évolution. Il a été construit comme un indicateur de l'évolution de la spécialisation d'une région dans un type de pièces donné. Cette spécialisation est mesurée en rapport à la situation de l'ensemble géographique servant de référence (c'est le quotient de localisation mesuré en amont).

L'indice temporel de spécialisation se calcule de la manière suivante:

$$EQ_{i,j} = \frac{Q_{i,j,t+1} - Q_{i,j,t}}{Q_{i,j,t}} * 100$$

Avec:

$Q_{i,j,t+1}$ le quotient de localisation des pièces d'origine j dans l'unité spatiale i au temps d'arrivée

$Q_{i,j,t}$ le quotient de localisation des pièces d'origine j dans l'unité spatiale i au temps de départ

Là aussi, l'avantage relatif des régions frontalières disparaît : les pièces originaires du pays voisin se concentrent plus dans ces régions avant l'été qu'après. Une fois encore, la Lorraine se singularise puisque sa spécialisation en pièces belges est plus importante en septembre qu'en juin 2004. A cette exception près, les relations de voisinage apparaissent affaiblies par la période estivale, et il semble donc que le tourisme ne soit pas la base des relations préférentielles entre territoires frontaliers. A l'inverse, certaines régions concentrant plus de pièces étrangères sur leur territoire pendant l'été, il paraît fort probable que ces pièces aient été amenées par les touristes affluant dans les régions françaises le temps d'un été.

Si ce dernier indicateur semble le plus à même de saisir les afflux monétaires liés aux mobilités estivales des touristes européens en France, il n'en reste pas moins un indicateur très indirect. Il nous est ainsi impossible de déterminer si ces sur et sousreprésentations sont le fait des mobilités d'individus en provenance (et/ou originaires) du pays émetteur, en transit par le pays émetteur, en transit par la France, ou encore en provenance d'un pays ou d'une région tiers dans laquelle il aurait obtenu la pièce. Les résultats empiriques démontrent qu'il n'est pas si aisé de relever les signatures spatio-temporelles de la mobilité touristique dans les régions françaises par l'analyse de la répartition des pièces euro étrangers. Le passage à une analyse plus inductive, à travers la mise en place de modèles tentant d'expliquer les différences entre régions aux regards des trois indicateurs par les afflux de touristes étrangers, semble en cela nécessaire.

III. Les mobilités touristiques à l'origine de flux monétaires?

Les données sur le tourisme

Les sources de données utilisées afin de représenter les afflux de touristes étrangers en France durant l'été 2004 sont doubles : il s'agit de l'enquête de fréquentation dans l'hôtellerie de plein-air et de l'enquête de fréquentation de l'hôtellerie de tourisme. Ces deux enquêtes sont réalisées annuellement par l'Insee (Institut national de la statistique et des études économiques) en partenariat avec la direction du tourisme. La première enquête porte sur les cinq mois d'été (de mai à septembre) et sur l'ensemble des campings classés 1* à 4* offrant au moins un emplacement de passage (emplacement destiné à la clientèle touristique et qui n'est donc pas loué à l'année). L'enquête de fréquentation dans l'hôtellerie de tourisme porte, quant à elle, sur l'ensemble de l'année et sur l'ensemble des hôtels de tourisme classés de 0* à 4*, ainsi que sur les hôtels de chaînes non classés.

Régressions linéaires multiples: tous marqueurs touristiques

Afin de savoir quelle était la part des différences entre régions observées sur les trois indicateurs (regroupés selon trois classes monétaires pour les raisons évoquées en introduction)¹⁵ attribuable aux afflux touristiques, nous avons sélectionné l'ensemble des variables sur le tourisme en notre possession ; à savoir la part de la région dans l'ensemble des nuits à l'hôtel, des nuits au camping, des arrivées à l'hôtel et des arrivées au camping.

Les différences de proportions, entre les mois de juin et septembre 2004, de pièces originaires de 8 pays sur 11 (indicateurs E1, I2 et I3), et leurs différences de concentration spatiale entre ces mêmes périodes (indicateurs I1, I2 et I3) ne s'expliquent pas par la fréquentation touristique des ressortissants du pays de production. Seules les sur et sous représentations après l'été des pièces irlandaises (petites et grandes valeurs observées séparément), des pièces hollandaises d'une valeur inférieure à 20 cents, et

¹⁵ Quotients de localisation régionaux (toutes dénominations) : Q1
Quotients de localisation régionaux des petites dénominations : Q2
Quotients de localisation régionaux des grandes dénominations : Q3

Pourcentages d'évolution (toutes dénominations) : E1
Pourcentages d'évolution des petites dénominations : E2
Pourcentages d'évolution des grandes dénominations : E3

Indices temporels de spécialisation (toutes dénominations) : I1
Indices temporels de spécialisation des petites dénominations : I2
Indices temporels de spécialisation des grandes dénominations : I3

des pièces belges prises dans leur ensemble semblent statistiquement dépendantes des fréquentations touristiques. Néanmoins, la linéarité de la relation reste faible, puisque pour trois origines sur quatre, il nous faut accepter un risque d'erreur compris entre 5 et 10 %. Ces indicateurs semblent donc ne bien remplir leur rôle de proxys aux mobilités touristiques estivales que pour les flux de touristes irlandais.

A contrario, les régressions linéaires appliquées aux quotients de localisation calculés pour le mois de septembre 2004 affichent des résultats significatifs pour 7 origines de pièces sur 11. Mais, là encore, le pouvoir explicatif des régressions n'est pas le même selon l'origine des pièces. A titre d'exemple, seuls 28% des inégalités de concentration des pièces grecques de grandes valeurs ne s'expliquent par une dépendance linéaire avec les fréquentations des touristes grecs en France (et ce en acceptant un risque d'erreur compris entre 5 et 10%).

Enfin, on remarque que, selon les origines des pièces, la distinction des valeurs faciales peut être une véritable valeur ajoutée à l'analyse. La répartition des petites pièces finlandaises au sein des régions françaises, par exemple, s'explique à 88% par les quatre indicateurs du tourisme finlandais en France, alors que ce même indicateur, lorsque basé sur l'ensemble des dénominations, n'est pas dépendant statistiquement de la fréquentation touristique des finlandais. D'une manière générale, il semble que les pièces les plus rares (produites en plus petit nombre) soient celles qui permettent de repérer au mieux les relations préférentielles entre régions françaises et touristes européens.

Régressions: analyse différenciée des arrivées et des nuitées

Si les résultats obtenus avec les quotients de localisation (et les deux indicateurs temporels dans une bien moindre mesure) sont plus encourageants, quant à la capacité de l'euro à être un marqueur des mobilités touristiques européennes, que ceux obtenus par les chercheurs de l'ESDO (Grasland et Guérin-Pace, 2004), le pouvoir explicatif des variables sur le tourisme s'avère inégal selon l'origine et la valeur des pièces. Afin de comprendre si la qualité relative du modèle est véritablement attribuable à un manque de pertinence des indicateurs sur l'euro utilisés dans cette étude, nous avons affiné le modèle explicatif. Pour se faire, nous avons repris l'hypothèse développée par C. Grasland et F. Guérin-Pace (2004) selon laquelle "les arrivées traduisent mieux l'afflux régulier ou non des pièces étrangères que ne le font les nuitées" puisqu'un "étranger présent plusieurs jours à un même endroit aura rapidement utilisé le stock de ses pièces

d'origine". Des modèles séparés ont donc été construits pour les arrivées (tableau 2) et les nuitées (tableau 3).

Une fois encore, on observe que le pays d'origine (commun aux pièces et aux touristes) est un véritable facteur d'inégalités au regard du pouvoir explicatif des modèles développés. On note néanmoins que, contrairement à l'hypothèse de départ, les arrivées n'ont pas un pouvoir explicatif plus important que les nuitées. La durée du séjour pourrait ainsi être une condition d'un plus grand brassage des pièces: plus la durée du séjour s'allonge, plus la probabilité d'utiliser les pièces contenues dans le porte-monnaie au moment de l'arrivée est élevée.

Régressions: analyse différenciée de l'hôtellerie de plein-air et de tourisme

Une autre manière d'affiner notre modèle revient à différencier les types d'hébergement. La raison d'un tel choix est double : nous faisons l'hypothèse que le genre de tourisme peut amener à des pratiques monétaires différentes et les données sur l'hôtellerie de plein-air sont recueillies pour 5 mois autour de l'été (de mai à septembre), alors que les données sur l'hôtellerie de tourisme sont recueillies (et donc agrégées) à l'année. Les tableaux 4 et 5 reprennent respectivement les résultats des modèles fondés l'un et l'autre type d'hébergement.

Les modèles fondés sur des variables indépendantes correspondant aux données sur le tourisme en hôtellerie de plein-air sont plus souvent significatifs que ceux basés sur l'hôtellerie de tourisme. Si nous ne sommes pas en mesure de donner une unique raison à cette différence, la plus grande finesse de découpage temporel de ces données paraît, toutefois, être un facteur explicatif pertinent. Toutefois, cette étude aurait bénéficié d'une analyse qualitative sur les différentes pratiques monétaires entre usagers de l'hôtellerie de tourisme et de plein-air afin de pouvoir conclure sur les causes de ces différences.

IV. Conclusion

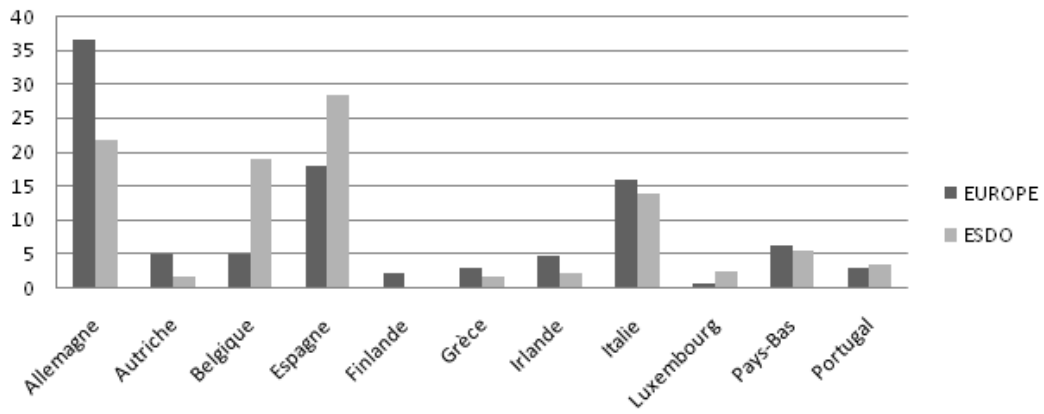
Les analyses menées suggèrent une capacité faible et inégale des pièces euros à incarner les mobilités touristiques en fonction de leurs origines et de leurs valeurs. Deux raisons principales pourraient expliquer cela : soit le choix des variables sélectionnées pour représenter les afflux touristiques manque de pertinence (seuls deux types d'hébergement enquêtés, confusion du lieu d'hébergement avec le lieu de séjour, etc), soit l'objet servant de proxy n'est pas le bon.

Dans le premier cas, si le problème paraît facilement solvable, puisqu'il s'agirait « simplement » de prendre en compte de nouveaux indicateurs du tourisme, sa mise en pratique rencontre néanmoins une difficulté majeure : le manque de données. En outre, quand bien même les données recherchées existeraient, la comparaison de bases de données nécessite d'allier finesse des découpages temporels et territoriaux. Or, bien souvent, le choix de l'un se fait au dépend de l'autre afin de réduire les coûts financiers, ce qui a un impact concret sur les analyses menées. A titre d'exemple, les résultats de l'enquête EVE¹⁶ réalisée en 2005 n'ont pas été retenus dans notre analyse car nous ne disposons de données sur les pièces euro observées cette année-là que pour le mois de juin. Pour ces mêmes raisons, notre étude ne prend en compte que les particularités de l'année 2004 alors qu'elle nécessiterait d'être répétée sur une plus longue période afin de pouvoir rendre compte de tendances plus générales et de l'évolution des pratiques touristiques (choix de destination en fonction du pays d'origine).

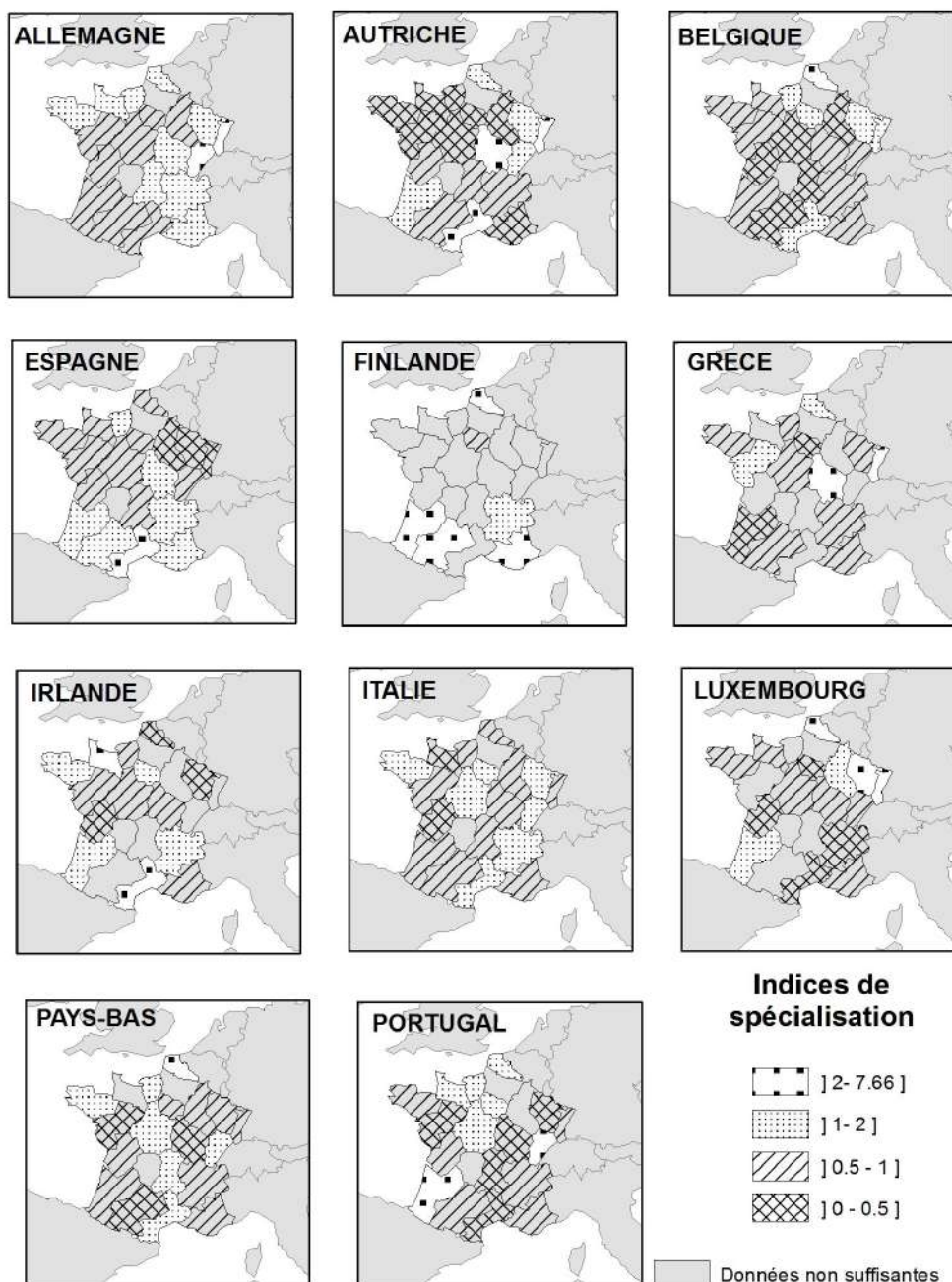
D'après C. Grasland et F. Guérin-Pace (2004), l'incapacité de l'euro à être un marqueur des mobilités touristiques est largement due au fait qu'il ne permet pas de distinguer les mobilités entrantes et sortantes à l'origine de l'entrée de l'euro dans une région donnée. Or, le tourisme est l'un de ces vecteurs de mobilités pour lesquels on observe une grande dissymétrie entre espaces récepteurs et émetteurs. Si l'attractivité de la France est bien plus élevée que la plupart de ses voisins européens, il n'en reste pas moins que les français sont également de gros consommateurs de tourisme à l'étranger. Enfin, la situation géographique du pays et l'importance de son réseau routier en font l'un des principaux pays de transit vers l'Espagne et l'Italie ; autres géants du tourisme européen. Les pièces observées en France après l'été peuvent avoir été dépensées par des touristes ne faisant que traverser l'hexagone.

¹⁶ Enquête auprès des Visiteurs venant de l'Etranger : enquête mise en place par la Direction du Tourisme et la direction de la Balance des Paiements de la Banque de France en 2004 afin de construire une base de données sur l'activité touristique en France (volume trimestriel des flux touristiques des non-résidents) et faisant suite à l'arrêt des Enquêtes aux Frontières en 2001.

Part des différentes origines de pièces relativement à l'ensemble (hors pièces françaises)



Répartition des pièces étrangères dans les régions françaises en septembre 2004



Sources: ESDO - enquête de septembre 2004

Auteur: Le Texier - 2011

Bibliographie

BELL Martin et WARD Gary, « *Comparing Temporary Mobility with Permanent Migration* », *Tourism Geographies*, vol. 2, pp. 97-107, 2000.

BERROIR Sandrine, GRASLAND Claude, GUERIN-PACE France et HAMEZ Grégory, « *La diffusion spatiale des pièces euro étrangères en Belgique et en France* », *BELGEO* (Revue Belge de Géographie), vol. 5, pp.793-822, 2006.

COEFFE Vincent, « *Le temps à l'épreuve des touristes* », 2009, 2^{ème} Journée de Recherche sur le Tourisme, La Rochelle, 3 avril 2009. URL : http://esclarochelle.systonic.net/upload/pagesEdito/fichiers/Coeffe_JRT_2009.pdf.

DEBARDIEUX Bernard, DEL BIAGGIO Cristina et PETITE Mathieu., « *Spatialités et territorialités du tourisme. Dialectique du flux et de l'ancrage dans les Alpes* », *Civilisations*, vol. 57, pp. p. 75-89, 2008.

DEHOORNE Olivier, SAFFACHE Pascal et TATAR Corina, « *Le tourisme international dans le monde : logiques des flux et confins de la touristicité* », *Études caribéennes* [En ligne], 9-10 | Avril-Août 2008, mis en ligne le 08 septembre 2008, consulté le 12 août 2011. URL : <http://etudescaribeennes.revues.org/882>

GRASLAND Claude et GUERIN-PACE France, « *Mobilité européenne, tourisme et diffusion des pièces euros étrangères en France* », *Revue d'Economie Régionale et Urbaine*, vol. 5, pp.793-822, 2004.

GRASLAND Claude, GUERIN-PACE France et TERRIER Christophe, « *La diffusion spatiale, sociale et temporelle des pièces euro étrangères : un problème complexe* », *Actes des journées de Méthodologie Statistique*, vol. 9, pp. 1-18, 2005.

LE TEXIER Marion, « *La pièce euro comme marqueur de mobilités transnationales* », *Actes des Dixièmes Rencontres de ThéoQuant*, Besançon, 23-25 février 2011 [article soumis à publication].

STOCK Mathis et DUHAMEL Philippe, 2005, « *A practice-based approach to the conceptualisation of geographical mobility* », *BELGEO* (Revue Belge de Géographie), vol. 1-2, pp. 59-68, 2005.

TERRIER Christophe, « *Flux et afflux de touristes: les instruments de mesure, la géomathématique des flux* », *Flux*, vol. 65, pp. 47-62, 2006.

1.4. Gastronomic tourism as an option for local development: A gaze through the eyes of the stakeholders involved in Catalonia- Spain

Le tourisme gastronomique comme option pour le développement local: un regard à travers les yeux des différents acteurs en Catalogne, Espagne.

LONDOÑO LEAL MARIA DEL PILAR

University of Barcelona

Forest engineer (2004) University District of Bogotá (Colombia)
Master planning and environmental management, University of Barcelona (2009)
Personal researcher fellowship of Catalan Government (2010)
PhD student (2nd year) in geography, spatial planning and environmental management, University of Barcelona. Faculty of Geography and History
Department of physical geography and regional geographical analysis
University of Barcelona.

Résumé

Pour revitaliser l'offre touristique, basée historiquement sur le tourisme estival (soleil et plage), le gouvernement catalan s'est centré sur le tourisme gastronomique lors de la dernière décennie, créant des entités comme le Club Gastronomique (2001) ou la Gastroteca (2006). Ces entités relient les différents acteurs, publics et privés (agences de voyage, universités, fondations privées, ONGs, producteurs, etc) intéressés dans la gastronomie, et répondant à ce phénomène croissant à l'échelle mondiale.

Cet article analyse les possibilités du tourisme gastronomique en Catalogne et son lien avec le développement local à différentes échelles, à travers les perceptions et actions des différents acteurs impliqués. Les résultats ciblent la question suivante: quels rôles les secteurs public et privé jouent dans la promotion et la diffusion du tourisme gastronomique? L'article aborde également l'identification des sujets nécessaires à l'étude de ce "nouveau phénomène touristique".

Mots-clés: Tourisme gastronomique, territoire, diversification touristique, développement local, acteurs.

Abstract

To revitalize tourism offers, historically based on sun and beach tourism, the Catalan government focused during the last decade on gastronomic tourism, through the creation of entities such as the Gastronomic Club in 2001 or the Gastroteca in 2006. These entities link different stakeholders both from public and private sides (travel agencies, universities, private foundations, NGOs, producers, etc) interested in gastronomy, responding to this growing/increasing world-wide phenomenon.

This paper analyzes the possibilities of gastronomy tourism in Catalonia and its relationship with local development at different levels; through the perceptions and actions carried out by the stakeholders involved in this strategy. Results could answer to the question: what kind of roles do public and private sectors play in the promotion and diffusion of gastronomy tourism? Additional issues concern the identification of subjects necessary to study this "new phenomenon of tourism".

Key words: Gastronomic tourism, territory, diversifying tourism, local development, stakeholders.

I. Introduction

For Kivela (2006, p. 354), gastronomy is often referred to exclusively as the art of cooking and good eating, but this is only part of the discipline. For other authors, gastronomy is the study of the relationship between culture and food. A person who works in gastronomy is often involved in the tasting, preparing, experimenting, researching, discovering, understanding and writing about food and typically, but not exclusively, about wine too. Gastronomy, as a fundamental part of culinary tourism, is today a growing sector within the overall tourism market. For many tourists, sampling food and drink is one of their main reasons for visiting new destinations. A country's gastronomy is a manifestation of its culture; its local food markets are recognized as important elements of the cultural and tourist experience of a region, its local identity being strengthened thanks to the products it sells. The relationship between local food production and tourism is being increasingly recognized by the tourist sector, which has managed to involve the various parties that make up these systems.

In the case of Catalonia, its autonomous government, the *Generalitat*, has played a key role in recent years, manifested according to Lopez Palomeque and Font (2010, p. 1): “on the one hand, by the intensification of the dissemination of tourism throughout the region, and on the other, by the participation of government bodies in this process, resulting in the institutionalization of tourism management”. Over the last eight years, local government has taken a greater role in the management of tourism throughout Catalonia (Lopez Palomeque, 2004, p. 24), in which time the government has opted for the diversification of its tourism, seeking to relocate an activity that was traditionally focused on the “sun and beach” tourist sector.

Finally, the purpose of the paper is to contribute to the debate and discussion related with touristic experience and exchange through to the food, because gastronomy is more than food, this is full of cultural, social and environmental elements of a territory, the visions of the different stakeholders involved shows not only the current practices carried out by them, but also the gastronomy tourism as a contemporary cultural and social exchange practice that goes, sometimes out of the spatial or geographical borders and can show the traditions, culture and feelings of a region.

Here, we examine both conceptual questions and development issues in undertaking: a)

an introduction to the global phenomenon, b) a study of gastronomy as a tourism resource and product in Catalonia, and c) an examination of the potential of gastronomy tourism as a strategy for local development in this region.

II. Objectives and Methodology

This article examines the potential of exploiting gastronomy tourism as a strategy for local development in Catalonia. Various agents intervene in the production and marketing of gastronomy tourism as a local activity, forming the supply and distribution chain which generates complex combinations of activities, ranging from production to the sale of products. A theoretical and empirical understanding of those who participate in Catalan gastronomy should enable us to define a contextual framework for food tourism as an economic activity and, at the same time, to determine both its current and future potential for this region.

The analysis was conducted using SWOT methodology (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) as the primary tool. In addition, the paper applies information drawn from 12 interviews with those involved in various activities associated with Catalan cuisine, including food producers, restaurateurs, and those agents (both public and private) who work in conjunction with gastronomic tourism in Catalonia. These interviews were triangulated with data obtained from direct observation and an exhaustive review of the literature and related documentation examining the following three prime concepts and the interrelationship between them: tourism, gastronomy and local development.

Study area

The study is conducted in Catalonia, which lies in the north-eastern tip of the Iberian Peninsula, extending from the Pyrenees to the Mediterranean Sea. Its territory covers an area of 31,932 km², roughly half of which (15,902 km²) lie at altitudes higher than 600m a.s.l. and about 17% (5,288 km²) rise above 1000m a.s.l. These variations between sea level and the highest peaks in the Pyrenees (reaching 3000m a.s.l.) account for the marked climatic and biogeographic contrasts in the region (see, Majoral R. et al., 2002, p.18)

These biogeographic characteristics have also endowed Catalonia with considerable variety in its products and cuisine, which ranges from typical fish and seafood dishes to

the food typical of the Pyrenees and the highland areas. On the other hand, tourism is a key component of the economy of Catalonia. In 2010, according to the observatory of tourism in Catalonia, the region became the largest recipient of international tourists in the whole of Spain, accounting for 25% of the country's total.

III. Gastronomy tourism: an overall gaze

Gastronomy is everywhere in society today; you only have to enter the term in any internet search engine to see the myriad of potential uses attributed to the word. Yet, it is only since the 1950s that gastronomy began to adopt a broader nature, and along with it one that brought it closer to many different social groups. Today, gastronomy adopts many guises and is present in many different settings. Thus, we see that the concept has evolved to the point that it is now inextricably linked with "culture", since according to Scarpato (2002, p. 57) and her analysis of the evolution of the term gastronomy, it cannot be separated from cultural practices, and as such we can speak of "food culture".

In the last decade, reflecting changes in the habits and behaviours of demand, society has opted for the diversification of tourism, seasonal adjustment, innovation, sustainability and a change in the traditional models of tourism such as those typified by "sun and beach" holidays. These new elements have created new horizons focused, in the main, on generating experiences for tourists.

Today, there exists a large body of literature dedicated to tourism and its various "dimensions"; however, the relationship that has been established between tourism and gastronomy as a new tourist phenomenon, and all aspects related to this and the territory in which it is developed, have not been widely studied. This is perhaps because it was not until the year 2000 and the conference entitled "Local food and International Tourism", organised by the World Tourism Organization (UNWTO) in Cyprus, that the importance of gastronomy for tourism was recognised.

The relationship, moreover, between a tourism product and a destination is symbiotic, since the destination provides the food, recipes, chefs, and the cultural backdrop that make its gastronomy an ideal product for tourist consumption (Richards, 2002, p. 10). Gastronomy is the point of convergence of food production and processing, storage, transport, cooking and preparation. A meal involves choices, customers, manners, traditions and political-economic context, and many physiological motivations. Gastronomy tourism is currently emerging as one of the most promising segments in the

tourism sector (Antonioli Corigliano, 2002, p. 166).

A fuller understanding of gastronomy tourism, and within this sector the role played by the participation and networking of stakeholders, should contribute to a more effective implementation of local development strategies in regions or communities that exploit food products as a means of enhancing their socio-economic status, since “tourism creates, transforms and even differentially enhances spaces that might not otherwise have a value in the context of the logic of production” (Hiernaux, 1996, p. 40).

Finally, an analysis of the strengths and weaknesses of gastronomy tourism, together with an examination of the interests of the stakeholders involved, should contribute to our understanding of its actual effects on the development of a given area as well as to our understanding of gastronomy as a tourism resource and product.

IV. Gastronomy as a tourism resource and product

Gastronomy, as argued by various authors (see, for example, Hjalager and Richards, 2000), can be a tourism product or, on occasions, a tourism resource. Its conversion into a product is the result of the transformation or revalorisation of the resource, which is very much in line with the definition formulated by Anton et al. (2008, p. 71), where the tourism product “comprises a set of elements that make up the tourist offer of a destination. These are the tourism resources that are exploited and which are adapted to the functions and tourist uses through their presentation and marketing”. Below I provide a brief description of how gastronomy can be understood as both a tourism resource and product.

Gastronomy as a tourism resource

Gastronomy in combination with tourism has become a tourism resource for the creation of new products and for the reinvention of those that have run their course, and which, as such, often appear in the final stage of Butler’s (1980) “tourism area life cycle” (cited by McKercher, 2005, p. 100). Butler considers destinations as amalgams of products that are geographically clustered and which include tourism products and services, and both these products and destinations need to be continually refreshed and revitalized (Cooper & Hall, 2008, p. 29).

In contrast with other tourism activities and attractions, food is available all year round, any day of the week, at any time of the day, regardless of the weather. A region’s gastronomy can become the “motor” that serves to reactivate a tourist destination that

has suffered a decline in its life cycle as a tourism product. The combination food and tourism is increasingly occurring in formats such as agri-tourism, wine tours, the sale of food products as souvenirs, among others (Hjalager & Corigliano, 2000, p. 177).

In the context of Spain's tourism, gastronomy is clearly an emerging product of some importance as shown by its development in recent years. On this subject, Armesto and Gomez (2004, p. 168) describe the "the appearance of tourism products based mainly on culinary resources and a steady increase in the number of establishments serving food (restaurants, bars, etc.)". This increase, as the authors note, is based on the wealth of gastronomic resources thanks to the country's geographical and cultural diversity, which ensures a broad range of food types and recipes.

In the case of Catalonia, the *Generalitat* has sought to promote tourist products based on its local and traditional food resources through the work of a number of government departments that include the Catalan Tourist Board and the Consortium of Trade, Handicrafts and Fashion of Catalonia. In addition, these government initiatives have generated a series of actions and strategies related to food, such as the Gastronomic Club, the *Gastroteca* and a number of other strategies that are discussed in more detail below.

Gastronomy as a tourism product

The concept of the tourism product is derived from marketing and corresponds to "the set of goods and services that are used for tourist consumption by selected groups of consumers" (Sancho et al., 1998, p. 293). This in turn includes both tangible and intangible products (goods and services), as well as being based on the interaction of the service provider and the consumer.

The products of gastronomy tourism are then delivered to consumers through various distribution channels, such as markets, festivals and restaurants (Smith & Xiao, 2008, p.291). According to Hjalager (2002, p. 22) this corresponds to her four-order typology of activities that add value to gastronomy tourism and which, as such, in many cases create tourism products. First-order activities focus on sites where visitors can enjoy food, such as festivals and campaigns, among others. Second-order activities aim at promoting the visitor's better understanding of food by, for example, creating and promoting quality labels and product standardization in a region. Third-order activities refer to experimentation through packages and cooking schools, while the fourth involve exchanging knowledge about nutrition through research projects.

According to Ravenscroft and Van Westering (2002, p. 154), Spain has once again successfully reinvented itself by creating a brand as a tourist destination where sun, sea and sand are equal partners to paella, gazpacho and Rioja. The global impact of its food has been surprisingly high. Spanish food products are also exported to many other countries where they enjoy notable success. Note the growing number of popular *tapas* restaurants to be found in many European cities. The authors comment that local production is the basis of regional Spanish cuisine, which highlights regional gastronomic identity, pride and tradition that can be found on the menu of most restaurants in an area.

New products in Catalonia such as the festivals of *romesco* sauce in Cambrils, of *calçots* (a variety of mild, spring onion) in Valls, and of snails in Lleida are important for the diversification of destinations, as they increase sales and exploit a competitive advantage. Cooper and Hall (2008, p. 29) present the idea of the product as an experience, in which providers and destinations respond to the challenge of creating products based on experiences. Such experiences are personal, memorable and evoke an emotional response, whereby the tourist enters into a multi-faceted relationship with both the actors and the destination that provides the experience.

V. The gastronomic tourism strategies: can promote local development?

Many rural development programs frequently include among their actions the promotion of typical or traditional products, usually referred to as “local products” (Caldentey, 2001, p. 8). Clearly, the promotion of such products can serve as part of a wider programme for spurring regional development. Indeed, the existence of a growing market sector that demands products of these characteristics makes the promotion of local products, as part of gastronomy tourism, particularly interesting.

We can assume that these “local products” come from small or medium-scale farmers and producers, which means their promotion needs to be conducted collectively with the support of institutions involved in local development (Caldentey, 2001, p. 100). According to Espeteix (2007, p. 158), state and even supra-state authorities see the exploitation of local food products as a means of mitigating rising levels of depopulation in “marginal” territories, promoting a better balance between regions in a framework of “sustainable development”, providing support for the primary sector and

stimulating exports through strategies such as quality certification. In a similar vein of thought, the authorities expect local products and dishes to maintain and even create jobs, revitalize areas and “fix” the population.

Gastronomic tourism is ultimately a means to achieving local development and serves as a basic tool for the promotion and distribution of local agro food products. Furthermore, it has been suggested that gastronomy tourism can play a key role in strengthening a region’s identity, sustaining cultural heritage, staving off fears of global food homogenisation (Everett, S. & Aitchison, C., 2008; p. 150). For authors such as Sims (2009, p. 105) promoting local food and drink is also a mechanism to promote sustainable tourism. She describes three levels at which food can be important: first, increasing the tourist consumption of local foods can generate a multiplier effect that is beneficial to the local economy; second, concerns about the environmental impact of transporting food across the globe has led to the argument that “buying local” is vital if the tourist industry wishes to reduce its carbon footprint; and, third, there is a growing recognition that tourism destinations are competing with each other in a bid to attract visitors.

Strategies in Catalonia

In the case of Catalonia, in 2003, the administration led by the *Generalitat’s* Catalan Tourist Board created the Gastronomic Club as the first step in its strategy to help market and, thereby, boost gastronomy tourism “in close cooperation with all companies, organisations and bodies engaged in this sector of the tourist industry”. The club allows companies to participate in various strategies designed to promote Catalonia as a tourist product. Each entity pays an annual fee (350 euros) entitling it to enjoy all membership privileges. The club comprises culinary associations, locally- or district-based accommodation and restaurant services, producers and service companies linked to culinary tourism.

Club members are grouped in three categories: A – Service Providers, B – Tourist Promotion Companies, and C – Partners. The Catalan Tourist Board offers its members the following main services: receipt of the Club’s advertising and marketing material, a professional advisory service, participation in the Club’s forum for tourist professionals and use of its tourist promotion centres abroad.

The second step in the administration's strategy to promote gastronomy tourism throughout the region was the founding in 2007 of the *Gastroteca* by the Directorate General for Trade of the *Generalitat* of Catalonia. This comprises a website providing promotional and marketing support for local food products. This interactive channel of communication is open to producers, distributors and establishments working in the catering industry as well as to consumers and stakeholders with an interest in gastronomy tourism.

Both strategies, the Gastronomic Club and the *Gastroteca*, have designed tourist routes for those consumers interested in tasting the local products that make up Catalan cuisine. Today there are 16 gastronomy routes designed by the Catalan Tourism Board, which serve to introduce the visitor to the rich offer of Catalonia's cuisine and gastronomy. Similarly, the *Gastroteca* has designed a further eleven slightly more specialised food and wine routes. These include the addresses of establishments where the visitor can sample, purchase and enjoy the food and wine of the various provinces and districts of Catalonia.

6. Stakeholders involved and their gaze

The primary data were drawn from twelve, semi-structured interviews (see Table 1), with various individuals involved in this sector either as promoters or as agents of production and marketing of Catalan gastronomy at different scales.

Table 1 List of Individuals Interviewed

Name	Institution
Rocío Baez	<i>(Gastronomy Club Manager- Tourism Catalan Agency- Generalitat de Catalunya)</i>
Ramón Sentmartí	<i>(Gastroteca Manager)</i>
Pepa Aymami	<i>(Catalan Cuisine Institute Foundation Manager)</i>
Cecilia Lorenzo	<i>(Magazine “Viatges.cat- Manager”)</i>
Manuel Colmenero	<i>(Travel Agency - Ocio Vital)</i>
Xavier Medina	<i>(Professor- Universitat Oberta de Catalunya)</i>
Jesús Contreras	<i>(Professor- University of Barcelona)</i>
Damià Serrano	<i>Regional Administration of Barcelona Province- Diputació de Barcelona</i>
Marina Duñach	<i>Gallecs Park (private farming organization)</i>
Josep Pamies	<i>Pamies Hortícolas (Farmer)</i>
Jordi Tresserras	<i>Professor – University of Barcelona</i>
Guillem Miralles	<i>Regional Administration of Barcelona Province- Diputació de Barcelona</i>

Source: Leal, 2011

The information obtained from these interviews was then organised into a SWOT matrix so as to analyse the sector’s strengths, weaknesses, opportunities and threats based on the responses recorded to the following specific questions:

1. How can gastronomy tourism help contribute to regional development?
2. What are the strengths, weaknesses, opportunities and threats of culinary tourism in Catalonia?

In reply to the first question, all the respondents were unanimous in declaring that gastronomy tourism could serve to promote local development. In specifying how they believed it could act, some respondents mentioned not only the potential impact of the activity on aggregate demand, i.e., on trade and the catering industry, but also the effect the product could have as a promoter of the region. The promotion of local products in specialty stores, sold as souvenirs and the like, is seen as a means of promoting and developing the region. Some of the actual answers are recorded below to illustrate these beliefs:

“As I see it, if people are looking for it (local gastronomy) and you manage to persuade them to visit a particular place, and all that that means in terms of

accommodation, then there is the immediate impact in terms of all the expenses they incur in staying there. But it also has a subsequent impact on trade by increasing demand. So it has a dual component". (Ramón Sanmartí – *Gastroteca*)

"What gastronomy tourism does is to promote the local region, where promote means the creation of wealth, not only thanks to the tourism but also thanks to the expansion of knowledge". (Marina Duñach (Producer) – *Gallecs Agricultural Park*)

"Yes, directly from the profit made from increased sales and indirectly by helping to position the destination. A good example are the calçots of Valls, where there has been an increase in hotel accommodation, restaurants and sales to tourists, which mobilizes other elements in the territory". (Damià Serrano – *Provincial Council of Barcelona*).

"It can help generate a lot of development, simply because gastronomy tourism is committed to exploiting the product, production, the local labour force, local catering, all of which means that the product mobilises the territory". (Xavier Medina – *Universitat Oberta de Catalunya*)

Table 2 below records the responses to Question 2 made by each of the respondents ("Please mention one weakness, threat, strength and opportunity of food tourism in Catalonia).

WEAKNESSES	THREATS	STRENGTHS	OPPORTUNITIES
Little work being undertaken in the marketing of food products and in the development of marketing strategies. (Ramón Santmartí-)	The global economy is a threat to the small-scale producer . (Ramón Santmartí-)	The existence of a good product and increasing demand. (Ramón Santmartí-)	The promotion of actions that unite forces throughout the region. (Ramón Santmartí)
Information and communication technologies (ICTs) are not used nearly enough, although it is increasingly common for restaurateurs to have websites or at least an email address. (Pepa Aymami)-	Other destinations that can offer better options, such as Tuscany. The equivalent services in Catalonia are not as competitive, and their price does not help either. (Pepa Aymami)	We know how to sell our products, the media and press play their part, our products are good as is the case of the “volcanic” cuisine of la Garrotxa. (Pepa Aymami)	The use of ICTs is especially important these days. (Pepa Aymami- <i>Fundació Institut Català de la Cuina</i>)
The invasion and occupation of the territory - we need to know how to control this, because tourism is often synonymous with invasion. Here we have the example of the Costa Brava, a part of our region destroyed by tourism. I think the government needs to control this. (Marina Duñach)	The disappearance of a particular product. A constant threat is the growing uniformity of what we eat. (Marina Duñach)	The increasing demand for products of this kind. (Marina Duñach)	Gastronomy tourism can help promote many areas of Catalonia. I think it can help promote impoverished areas, particularly those products that have not left the area and have remained tied to a territory. The obvious example is Ferran Adrià who has promoted Catalonia through his cuisine. (Marina Duñach)
In the relationship between the territory and the promotion of Catalan tourism in general, there is a need for more communication. Catalan tourism should be promoted more within Spain. (Cecilia Lorenzo)	Competition from other regions, such as the Basque country, which has similar products and which enjoys the promotion of high profile chefs. (Cecilia Lorenzo)	Catalonia is unique in terms of its distinct territories and quality products. (Cecilia Lorenzo)	The danger I see is that in the rush to promote local, traditional products, we might end up promoting poor quality products. (Cecilia Lorenzo)
The weak connection between local people and local products. Local people do not consume them nor do they appreciate what	The trivialization of products, whereby they end up by becoming poor quality products as a result of	The great reception given to the country’s gastronomy. The cuisine of Ferran Adrià, creative	To generate development, there is plenty of wealth that can be transformed into tourist development. (Damià)

they have. (Damià Serrano)	competition and excess offer. (Damià Serrano)	cuisine, has opened the door. (Damià Serrano)	Serrano)
It is difficult to express because tourism is currently undergoing a low cost trend – it's not easy to explain that a one-day activity involving a visit to a couple of wine cellars and a restaurant can cost 65 euros when for that price you can fly to London and back ... (Manuel Colmenero)-	It's a dangerous type of tourism; it's all too easy to fall into the trap of the trivialization of gastronomy tourism. We are poorly positioned, today people find what they want more easily in Italy, in Tuscany. (Manuel Colmenero)-	We have the landscapes, the culture, we have the ingredients needed to position ourselves strongly in the market (Manuel Colmenero)	It is a current trend in tourism, it is a great opportunity. (Manuel Colmenero -Agenda Vital Leisure Travel)
There is very little integration of the public and private sectors. The private sector is yet to be convinced that food and wine tourism are opportunities and often the public sector seeks to promote initiatives that have little success. There is little integration and dialogue between the two parties. (Xavier Medina)	That excessive growth or an excessive desire for profit might undermine the quality of our product. (Xavier Medina)	There is an enormous base on which to build, a base of products, as well as of heritage and interest. (Xavier Medina-)	Gastronomy tourism can serve as an element for development, if we can ensure that it becomes integrated, then the territory can serve to promote the product. (Xavier Medina)
Excessive dependence on what is a current fashion; excessive sense of self-complacency (Jesus Contreras)	Not only does it enjoy the advantages of being in fashion, but also the risks. The advantages are that it generates considerable demand in the short term but its duration can be limited. (Jesus Contreras)	Food today has the value of folklore and tradition; cuisine has the value of being modern. (Jesus Contreras)	We must recognize that Catalonia, on the one hand, and gastronomy, on the other, are in vogue. These factors encourage people to travel. (Jesus Contreras)
The lack of knowledge as to what Catalan food actually comprises. (Jordi Tresserras-)	Creating “white” brands as part of the Mediterranean diet. (Jordi Tresserras)	I think we have a well-prepared sector - chefs, producers, specialized tourist attraction. (Jordi Tresserras)	Its diversity. Catalonia has great biodiversity not only in terms of products but also of culture,. (Jordi Tresserras-)
The lack of structure for the region's products as a whole.(Rocio Baez).	Competition at home and abroad from the Basque Country, La Rioja, Andalusia and from Italy and France (Rocio Baez).	That a Government strategy is in place. (Rocio Baez).	Consolidate Catalonia as a quality destination, as a point of reference abroad. (Rocio Baez Catalan Tourism).

<p>The tourist is above all local and the challenge is to open up the market to the rest of Spain. (Guillermo Miralles)</p>	<p>The dynamics of globalization poses a threat to local products. (Guillermo Miralles)</p>	<p>The quantity and variety of quality products available, but what is missing is the corresponding appreciation, providing them with added value and getting them to the consumer. (Guillermo Miralles-)</p>	<p>I believe it to be an emerging sector as increasingly the consumer is better informed. There has been a change in the consumer profile. (Guillermo Miralles-Diputación de Barcelona)</p>
<p>Overproduction leads to a loss in quality. (Josep Pamies)</p>	<p>That it be seen as a large-scale business, leading to the desertification of certain areas, the transformation of agrarian landscapes, and the loss of product diversity with a particularly negative impact on small farmers. (Josep Pamies-)</p>	<p>Can breathe life into countless farms and rural areas, reactivating the territory. (Josep Pamies-Pamies Hortíolas)</p>	<p>Create jobs and give employment to young people in the sector. But agrarian laws need to be made more flexible so that more people can participate. (Josep Pamies)</p>

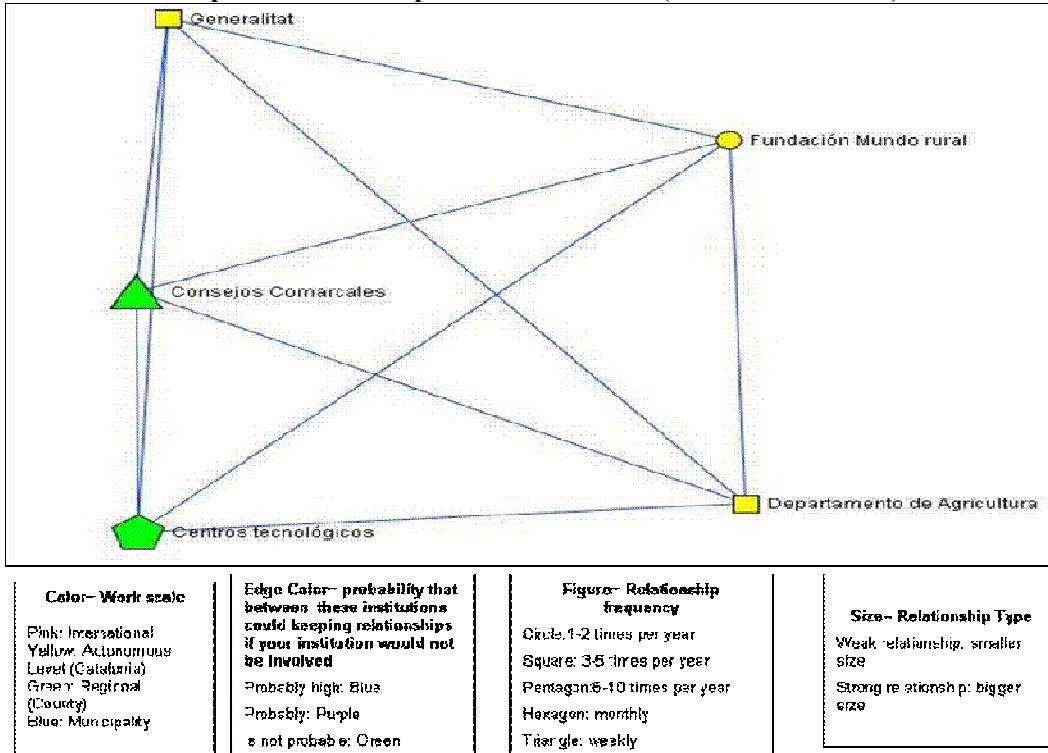
Source: Leal, 2011

An analysis of the above answers reveals a number of recurrent aspects in the responses of these stakeholders. Significantly, one of these is the lack of coordination identified between the public and private sectors, which hinders the introduction of initiatives and any attempts at strengthening those already introduced. In relation to the strategies adopted by the Government, most notably those involving the *Gastroteca* and the Gastronomic Club, the stakeholders are unanimous in expressing a need for greater coordination between the two, and the need for greater structure in the content of the product, especially as regards their gastronomy routes.

The interviews also revealed the existence of highly endemic relationships between agents according to the sector in which they work. Thus, the public bodies maintain very strong, close relationships. This is the case, for example, in the links between the *Generalitat* and the *Diputació* (Provincial Councils), and in those between the latter and the consortia that promote tourism (Graphic 1). However, the private sector is often sidelined in these relationships, choosing to work more closely with tourist organizations and associations and the universities (Graphic 2). Moreover, cases were found in which one institution was unaware of the work being carried out by another, which meant efforts were being duplicated.

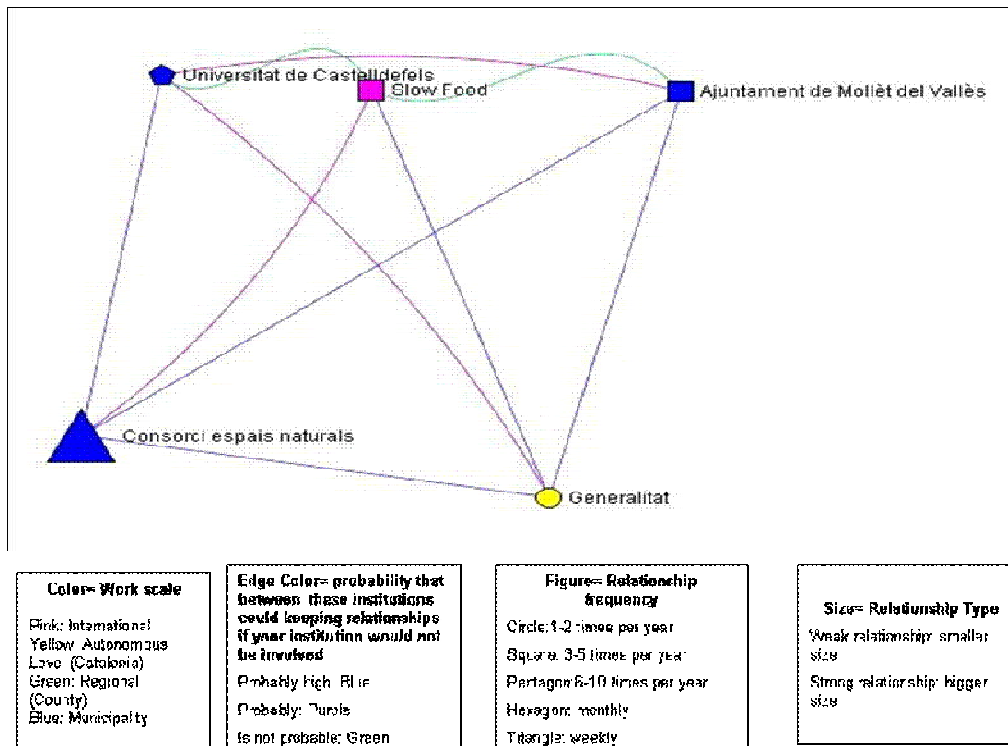
The graphics 1 and 2, shows isomorphic and ego-centric type relationships. These for example, represents the relationships that 2 institutions (one private and the other public) keep since the last 2 years with some other institutions that works in issues related with gastronomy.

Graphic 1 Relationships of Gillem Miralles (Provincial Councils)



Source: Leal, 2011

Graphic 2 Relationships of Marina Duñach Gallecs Park



Source: Leal, 2011

According with the relationships that a private stakeholder as Marina Duñach has, she

primarily maintained relationships with the municipal level (Graphic 2). The universities, however, are an example of an agent that interact and collaborate with other agents at all levels. Given that they also work with both the public and private sectors, they play an important role in establishing a bridge of communication between the two.

A further common denominator identified from the interviews are the local development opportunities provided by gastronomy tourism in Catalonia for those areas with few possibilities of attracting other types of tourism. Likewise, opportunities exist to continue promoting this sector, thanks above all to the region's good agro food products and the great impact in the media of Catalan chefs such as Ferran Adrià and Carme Ruscalleda, who, according to the stakeholders, ensure Catalonia is competitive at a range of scales. However, they also refer to the dangers of the potential trivialization of the product in the rush to position it in the market, while managing merely to create a tourism product of insufficient content.

VI. Final remarks

According to the interviews conducted and the research results, with the various agents that participate in one way or another in Catalonia's gastronomy tourism; gastronomy is a manifestation of exaltation of local identities, because it has been linked to local culture, traditions and above all, to the identity of a given area because "*one of the basic constructs of our world is identity*" (Prats, 2009, p. 42). In this manner, the gastronomy linked with tourism can be a channel that could meet the growing demand for forms of tourism associated with food or wine, as well as contribute to the spread of a particular culture which is manifested through Food products (Leal, 2011, p.924).

Based on the subsequent analysis of the interviews as well as direct observation, this type of tourism is certainly an expanding phenomenon and one which requires the coordinated efforts of all those involved in it. Among its strengths are the fact that it serves to stimulate a region's economy, it provides opportunities to create and organize tourism products and to reinvent and lengthen the lifecycle of tourism products traditionally dedicated to sun and beach tourism.

The possibilities of this form of tourism as a motor for local development, is also discussed by various scholars, because food, become a significant element to sell the identity and culture of the destination (Boniface, 2003, p.16; Poulain, 2007, p. 60) and also can contribute to encourage producers to add value to their products through the creation of the tourist

experience around the raw materials.

To achieve incorporate all actors who are involved (producers, processors, brokers, etc.) in gastronomic tourism and contribute to wider dissemination and promotion of it, is deemed necessary from the results, institutional coordination between the public and private, as well the development of long-term public policies, that could link each of sectors that make part of this chain. The graphics generated from software tools as "Egonet," confirmed the endemism among agents and the lack of coordination between different scales (local-regional-state).

On another hand, although the figure of Ferran Adrià has contributed to the promotion and dissemination of not only Catalan gastronomy but also Spanish. Among the aspects that need to be improved, or which need to be given more careful consideration today, are the potential risks of product trivialization made it specially by the private sector in a rush to create new products with insufficient content, thus, gastronomy could suffering the effects of the media without repercussions in the long term and therefore no impact on local development the territories in which to run.

This present study highlights the need for future research that can further our understanding of the demand for gastronomy tourism not only in Catalonia but also in any territory that search to know the effects of this turistic phenomenon. Such work needs to examine in greater depth the relationship between region and gastronomy tourism in order to know the evolution and effects on the social, economic and cultural structure of the area which applies this turistical modality.

However, and by way of a conclusion based on the interviews and information gathered we can confirm that gastronomy tourism is a growing phenomenon in Catalonia, that has been promoted specially trough the strategies designed by public administration that since the beginning has set up local products; however, the articulation lack between private and public institutions at different scales, has given as a result the independent work from the private stakeholders, whom have created another kind of synergies and networks inside the Catalan gastronomy tourism.

This was confirmed by private sector agents Manel Colmenero of "Vital Entertainment Agency," Marina Duñach "Parque Gallecs" or Josep Pamies of "Horticultural Pamies" whom believe in the local development of territory through gastronomy tourism, but whom don't feel highly involved in promotion . Thus, it is recommended to track well in the strategies that are designed to promote this new tourist phenomenon.

Acknowledgments: *This paper is part of the CSO2008-03315/GEOG research project, entitled “New tourism, regional competitiveness and sustainable development: analysis and assessment of the intensification and spatial extent of tourism in inland Catalonia”, funded by the Ministry of Education and Science, under the Consolidated Research Group ANTERRIT Generalitat of Catalonia, Barcelona University led by Dr. Francisco Lopez Palomeque (UB, Spain).*

Bibliography

- ANTON Clavé, S. et GONZALEZ Reverté, *recursos territorials turístics I*, Barcelona, Publicacions Universitat Oberta de Catalunya, 2008.
- ANTONIOLI CORIGLIANO, R. « *The route to quality: Italian gastronomy networks in operation* », in: HJALAGER, A. et RICHARDS, G. (Eds.), *Tourism and gastronomy*, London, Routledge, pp. 166-185, 2002.
- ARMESTO, X. et GOMEZ, B., « *Tourism and quality agro-food products: An opportunity for the Spanish countryside* » Royal Dutch Geographical Society, Vol. 97, n° 2, pp.166-177, 2006.
- BONIFACE, P., *Tasting tourism: Travelling for food and drink*, Burlington, Ashgate, 2003.
- CALDENTEY, Pedro., « *Comercialización de productos agrarios Productos locales y desarrollo rural* », Revista actualidad LEADER , Vol. 15, pp. 8-9, 2001.
- COOPER, C., et HALL, C. M. *Contemporary tourism : An international approach*, Oxford, Butterworth-Heinemann, 2008.
- ESPETEIX, E. « *Los espacios turísticos del patrimonio alimentario* », In TRESSERAS, J et MEDINA, F. (Eds.), *Patrimonio gastronómico y turismo cultural en el Mediterráneo*, Ibertur, pp. 153-174, 2007.
- EVERETT, S. et AITCHISON, C., « *The role of food tourism in sustaining regional identity : A case study of cornwall, south west England* », Journal of sustainable Tourism, Vol. 16, n° 2, pp. 150-167, 2008.
- HIERNAUX, D., « *Elementos para un análisis socio geográfico del turismo* », In LEMOS (coord), « *Turismo e geografia. Reflexões teóricas e enfoques regionais* ». Turismo impactos socioambientais, Hucitec, pp. 39-53, 1996.
- HJALAGER, A., et RICHARDS, G., *Tourism and gastronomy*. London, Routledge, 2002.
- KIVELA, Jaksa, « *Tourism and gastronomy: Gastronomy's influence on how tourists experience a destination* », Journal of Hospitality & Tourism research, Vol. 30, n° 3, pp. 354-377, 2006.
- LEAL LONDOÑO, Maria del Pilar, « *Las tiendas granja” Como escenarios de promoción de la gastronomía local y sus posibilidades asociadas al turismo: El caso de los “Hofläden” (Mecklenburg, Vorpommern - Alemania) y las “Agrobotigues” (Cataluña -España) »*, Estudios y perspectivas en turismo, Vol. 20, pp. 908 – 928, 2011.

- LÓPEZ PALOMEQUE, F., et FONT I GAROLERA, J., SÁNCHEZ AGUILERA, D., et MAJORAL I MOLINE, R., *Cataluña :Un análisis territorial*, Barcelona, Ariel, 2002.
- LÓPEZ PALOMEQUE F. et FONT X., «*Desarrollo turístico e institucionalización de la gestión turística local en los espacios de interior en Cataluña*», In memorias XII Coloquio de Geografía del Turismo, Ocio y Recreación, Madrid, pp. 1-12, 2010
- LÓPEZ PALOMEQUE, F., «*La gestión pública del turismo en Cataluña El turismo en el desarrollo local y regional: aportaciones conceptuales*», In .J. Luzón, Desarrollo Regional, Barcelona, Xarxa Temática Medamérica; pp. 109-140, 2004.
- MCKERCHER, B., «*Destinations as products? A reflection on butler's life cycle*», Tourism Recreation Research, Vol. 30, nº. 4, pp. 97-102, 2005.
- POULAIN, J., «*Los patrimonios gastronómicos y sus valorizaciones turísticas*». In TRESSERRAS, J., et MEDINA, F. X. (Eds.), *Patrimonio gastronómico y turismo cultural en el Mediterráneo*, Barcelona, Ibertur, pp. 39-71, 2007.
- PRATS, Ll. «*Turismo e identidad: un intercambio narrativo*». In: Foro do Instituto de estudos das indetidades, Santiago de Compostela, pp. 42-52, 2009.
- RAVENSCROFT, N. et VAN WESTERING J, «*Wine tourism, culture and the everyday: A theoretical note*», Tourism and Hospitality Research, Vol. 3, nº. 2, pp.149-162, 2001.
- RICHARDS, G., «*Gastronomy: An essential ingredient in tourism production and consumption*», In: HJALAGER, A., et RICHARDS, G. (eds.), *Tourism and gastronomy*, London, Routledge, pp. 3-20, 2002.
- SANCHO, A., et BUHALIS, D., «*Introducción al turismo*». Madrid, Organización Mundial del Turismo, 1998.
- SCARPATO, Rosario, «*Gastronomy as a Tourist Product: The Perspective of Gastronomy Studies*», In: HJALAGER, A., et RICHARDS, G. (eds.), *Tourism and gastronomy*, London, Routledge, pp.51-70, 2002.
- SIMS, Rebecca, «*Putting place on the menu: The negotiation of locality in UK food tourism, from production to consumption*», Journal of rural Studies, Vol. 26, nº. 2, pp.105-115, 2010.
- SMITH, S. L. J., et XIAO, H., «*Culinary tourism supply chains: A preliminary examination*», Journal of Travel Research, Vol. 46, nº. 3, pp. 289-299, 2008.

WEBSITES CONSULTED

Official Website of Catalonia Tourism

<http://www.gencat.cat/turistex_nou/home_cast.htm>

Official Website of Gastroteca

<<http://www.gastroteca.cat/>>

Official Website of catalan observatory tourism

<<http://www.gencat.cat/diue/>>

1.5. Habiter touristiquement Los Angeles

Orientations méthodologiques

Tourist dwelling in Los Angeles *Methodological directions*

Léopold LUCAS

Institut Universitaire Kurt Bösch (Suisse)

Léopold LUCAS (leopold.lucas@iukb.ch) est doctorant et Assistant d'Enseignement et de Recherche à l'UER Tourisme de l'Institut Universitaire Kurt Bösch (Suisse). Sa thèse, dirigée par le Professeur Mathis Stock, envisage, à partir du cas de Los Angeles, l'urbanité des lieux en tant qu'elle est agencée par les pratiques touristiques.

Résumé

Etudier un phénomène aussi conséquent que le tourisme est dorénavant nécessaire pour comprendre le fonctionnement des sociétés contemporaines. La perspective de recherche adoptée ici pour contribuer à cet objectif se focalise sur les pratiques des touristes et leur rôle dans l'agencement des espaces urbains. Le texte suivant explicite une partie de la démarche méthodologique utilisée dans le cadre de ma thèse pour apporter des éléments de réponse à ce « défi de connaissance », à partir de l'exemple de Los Angeles.

Mots-clés : habiter, tourisme, méthodologie, enquête, Los Angeles

Abstract

Tourism is an important phenomenon that it is necessary to study for a better understanding of our contemporary societies. In my research perspective, I intend here to focus on the practices of the tourists and their role in the configuration of urban spaces. This text introduces the methodological approach that I have chosen in my thesis to address this issue through the example of Los Angeles.

Key-words : Dwelling, Tourism, Methodology, Survey, Los Angeles.

I. Présentation de la recherche

Il n'est pas possible de comprendre le fonctionnement touristique d'un lieu sans prendre en compte les pratiques des touristes. En énonçant ce postulat qui guide et anime mon ambition de recherche, je m'inscris dans une perspective initiée par certains auteurs pour lesquels « il n'y a pas de tourisme sans touristes, ces derniers étant à la fois les inventeurs et les acteurs premiers du tourisme » (Stock et al., 2003, p.21). Pour replacer l'individu au cœur de l'analyse de la « question touristique », j'ai choisi d'utiliser, parmi les différentes options disponibles, la perspective théorique de l'« habiter » (Stock, 2007a).

Les touristes, ces habitants

Habiter correspond de ce point de vue aux manières (des individus) de faire avec de l'espace. La richesse de cette formulation « faire avec de l'espace » est double dans la mesure où elle sous-tend à la fois l'idée d'une certaine adaptation des individus à une situation localisée (ils « font avec » un espace en partie déjà agencé selon une configuration qui peut ne pas leur convenir) mais également celle d'une production réciproque entre espace et pratique: les pratiques des individus co-constituent de l'espace au même titre que cet espace participe de la mise en place des pratiques.

Il est alors possible par extension d'utiliser l'expression – incongrue de prime abord – « habiter touristiquement », pour exprimer les manières dont les touristes font avec de l'espace: « les résidents – longtemps confondus avec les habitants – ne sont pas les seuls à habiter la ville » (Stock, 2007b, p.25). Habiter touristiquement correspond alors à un « mode d'engagement (aux lieux) particulier », pour reprendre une affirmation de Pierre Bourdieu (1965) récemment reformulée par Pau Pons: « it is because we are doing something in a particular way that we are tourists and we adopt tourist consciousness » (Pons, 2003, p.52). Plus précisément encore, habiter touristiquement correspond à « faire ce que l'on n'a pas l'habitude de faire et faire des choses semblables au quotidien mais dont le sens, la place, la tonalité n'est pas la même » (Duhamel, 2003, p.77).

Los Angeles, ou comment habiter touristiquement une aire urbaine

Pour investir empiriquement ce défi de connaissance j'ai choisi Los Angeles, lieu emblématique des études urbaines mais dont la dimension touristique n'a jamais été vraiment envisagée et encore moins pour évaluer son rôle dans l'urbanisation (ou, plus exactement, au sein des dynamiques urbaines) de ce lieu. Or, si l'on accepte le constat d'une importance

toujours croissante du tourisme pour les organisations urbaines contemporaines en général (Stock, 2007b) – Los Angeles n'étant pas une exception sur ce point (Lucas, 2010) –, il est nécessaire de prendre en compte ce phénomène pour comprendre l'agencement des espaces urbains. Une autre justification à ce choix, réside dans le fait qu'il s'agit d'une agglomération qui fonctionne, sans doute plus que les autres, autour de la voiture: il semble intéressant alors de comprendre comment les touristes, habituellement tournés vers les métriques pédestres, « font avec » cette configuration particulière et quelles en sont les implications. Ce choix repose ainsi sur le questionnement a première vue simple de savoir comment les individus habitent (peuvent-ils habiter) touristiquement une aire urbaine aux dimensions aussi importantes que Los Angeles (la question ne se poserait certainement pas de la même façon pour un lieu de « petite taille ») ? Dans ce texte, loin de répondre à cette question, je m'attacherai à expliquer une partie de la méthode mise en place pour travailler sur les pratiques des touristes.

II. Le discours des individus à l'épreuve de l'entretien

Pour comprendre les manières de faire avec de l'espace des individus, la principale technique d'enquête que je compte utiliser est l'entretien. Pourquoi des entretiens et non des questionnaires, autre grand type d'enquête en sciences sociales, et notamment de la sociologie?

Les raisons de l'entretien

Les questionnaires, dont le but principal est d'envisager une proportion représentative de la population, impliquent une réponse claire, généralement une croix, parfois un oui ou un non, éventuellement une phrase, mais dans ce cas toujours courte, le support ne permettant pas par définition le développement des réponses. Il s'agit là d'une limite classique de l'utilisation du questionnaire: « la superficialité des réponses (qui) ne permettent pas l'analyse de certains processus ou celles des conceptions idéologiques profondes. Dès lors, les résultats se présentent souvent comme de simples descriptions, dépourvues d'éléments de compréhension pénétrants » (Quivy & Campenhoudt, 2006, p.192). Avec cette méthode, les individus se décrivent mais ne *s'expliquent* finalement pas quant à leurs décisions. Or, c'est précisément cette explication que je souhaite atteindre, afin de comprendre les manières de faire des individus dans la finesse la plus subtile, précision à laquelle le questionnaire n'accède pas.

L'entretien permet lui d'appréhender le discours des acteurs sur leurs pratiques: l'individu a la parole, et le chercheur se doit de l'écouter, d'entendre ce qu'il a à dire et de prendre au sérieux son point de vue. Cette méthode « convient particulièrement pour l'analyse du sens que les acteurs donnent à leurs pratiques et aux événements auxquels ils sont confrontés: leurs

systèmes de valeurs, leurs repères normatifs, leurs interprétations de situations conflictuelles ou non, leurs lectures de leurs propres expériences, etc. » (Quivy & Campenhoudt, 2006, p.196). Il est alors non seulement possible d'avoir une réponse sur les pratiques, mais également d'en demander la justification, la signification, pour envisager l'argumentation qui soutient ces actes, les logiques de raisonnement concernant ces choix, les hésitations qu'ils peuvent avoir par rapport à ces derniers, les tactiques qu'ils déploient, les jugements de valeurs qu'ils effectuent, les idéologies qui sont sous-jacentes à leurs pratiques. Les principaux avantages de l'entretien sont en effet d'une part « le degré de profondeur des éléments d'analyse recueillis » et d'autre part la possibilité « de récolter les témoignages et les interprétations des interlocuteurs en respectant leurs propres cadres de références » (Quivy & Campenhoudt, 2006, p.196).

Et pour laisser aux individus la plus grande marge d'expression possible, l'option représentée par des entretiens au caractère semi-directif semble être la plus adéquate: « moins l'entretien est directif et plus l'acteur participe à la production du sens, tant dans la forme, les associations d'idées, que dans le fond, le contenu du discours » (Salvador, 1999, p.107). Les questions correspondent alors plutôt aux grandes thématiques à aborder afin d'embrasser différentes dimensions relatives aux manières de faire avec de l'espace. Ces amorces permettent aussi de relancer le dialogue ; le guide d'entretien sert de ce point de vue de fil conducteur. Ce ne sont donc pas des questions fermées mais des formulations qui laissent une certaine liberté de réponse : le propos des individus peut ainsi apporter des renseignements que l'on ne soupçonnait pas *a priori*. Il s'agit ensuite de rebondir sur les paroles de l'interviewé, de lui demander d'explicitier son positionnement, d'approfondir son commentaire.

Choisir cette optique ce n'est donc pas s'inscrire dans une logique de représentativité mais essayer de saisir la diversité des manières de faire avec de l'espace. Cela rejoint le point de vue énoncé par Olivier de Sardan quand il indique qu'il s'agit de « rechercher des discours contrastés, de faire de l'hétérogénéité des propos un objet d'étude, de s'appuyer sur les variations plutôt que de vouloir les gommer ou les aplatir, en un mot de bâtir une stratégie de recherche sur la quête de différences significatives » (Sardan, 1995, p.93). Cette perspective permet d'esquisser une réponse à la question du nombre nécessaire d'entretiens à réaliser: les entretiens approfondis n'ayant pas pour vocation d'être « représentatifs » et ne visant pas à produire des données quantifiées, non donc pas besoin d'être nombreux (Beaud & Weber, 1998, p.177). On peut en effet considérer qu'« un très petit nombre de représentants suffit

souvent (...) à condition qu'ils soient bien exploités, une dizaine d'entretiens peut permettre, dans certains cas, de tester des hypothèses ou d'étayer un raisonnement » (Juan, 1999, p.108). Un élément de réponse supplémentaire à cette question est celui du « niveau de saturation »: il correspond au seuil où aucune nouvelle caractéristique importante ne ressort des entretiens, signifiant ainsi une certaine redondance des discours et un intérêt moindre à continuer d'en collecter.

Les profils des touristes

La concrétisation de cette quête des « différences significatives » passe ici par la prise en compte d'une diversité d'individus, pour savoir s'il y a des différences « culturelles » ou « sociales » dans la manière d'habiter touristiquement Los Angeles. Il est donc important d'interroger des touristes venant d'horizons différents (Europe, Asie, Moyen-Orient, Amérique Centrale, USA) afin d'accéder à des cultures urbaines que l'on peut *a priori* penser comme étant différentes – mais aussi sans doute, et en lien avec ces dernières, à des cultures touristiques différentes – et voir si cela se traduit sur la manière d'habiter touristiquement Los Angeles (en terme de lieux, de pratiques, etc.): habitent-ils cette aire urbaine de la même manière, ont-ils des problèmes similaires, les réponses qu'ils apportent face à ces derniers sont-elles identiques, etc. ?

Une des questions qu'il faut se poser est donc « quels types d'individus interroger ? ». Bien sûr, ils correspondent souvent pragmatiquement à ceux que l'on a la possibilité de rencontrer sur le terrain. Il est important de souligner ici rapidement la difficulté accrue qu'est cette tâche d'accéder à cette population touristique par rapport à celle des résidents, et cela pour de multiples raisons: les touristes habitent peu de temps un lieu (il est difficile, sinon impossible, de fixer un rendez-vous), résident dans un logement non familial (l'altérité ne facilite pas la mise en place d'une relation de confiance), organisent leurs journées selon un rythme peu prévisible (les possibilités de rencontres sont rares) et dans le but de se divertir (les sollicitations sont encore moins acceptées que dans la sphère du quotidien). Au-delà de ce constat, il est tout de même possible d'être sensible à certaines caractéristiques.

Avant tout, les individus considérés ici sont des touristes, dont la définition utilisée ici les fait correspondre à des individus habitant temporairement un lieu, Los Angeles dans ce cas, pour se recréer (MIT, 2002); cette posture indique implicitement qu'il y a une autonomie accrue dans le choix de la destination, ce qui n'est pas le cas des personnes qui participent à ce qu'il est souvent coutume de nommer maladroitement « tourisme d'affaires » (ce sont des personnes dont le déplacement est plus ou moins contraint par des activités professionnelles et

dont le but premier n'est pas la récréation). A partir de cette posture initiale, il faut être attentif à au moins quatre principales dichotomies:

Etats-Uniens / Etrangers. Il faut comparer les manières de faire entre les touristes qui résident aux Etats-Unis et ceux qui résident dans d'autres pays : on peut faire l'hypothèse que les premiers ont un système de codes, de références et de règles proches de celui de Los Angeles ; l'altérité de cette aire urbaine s'en trouverait donc théoriquement atténuée. Au contraire, pour ceux qui n'ont pas l'habitude de ce genre d'agencement, qui viennent d'autres aires culturelles, l'aire urbaine pourrait être porteur de plus d'altérité et donc être un problème plus important.

A l'hôtel / Chez des proches. Par rapport à la définition rapportée ci-dessus, un touriste peut séjourner dans un hôtel ou chez de la famille/des amis ; cette différence dans le mode d'hébergement est importante à prendre en compte car elle pourrait impliquer là aussi une différence de l'importance de l'altérité. En effet, dans le dernier cas de figure, l'altérité peut être atténuée, les touristes – quelle que soit leur origine – étant alors accompagnés par des angelinos, des *insiders* qui leur permettraient de comprendre plus facilement le fonctionnement de l'aire urbaine et d'avoir accès à des lieux qu'ils n'auraient pas la possibilité d'atteindre s'il ne connaissaient personne résidant à Los Angeles. Inversement, à l'hôtel, l'individu se trouve dans une situation moins familière mais a par contre une autonomie dans son choix de localisation qui n'est pas permise dans la première configuration. Le fait de choisir un hôtel peut également être considéré comme l'expression effective de compétences et le résultat d'un arbitrage qui est, de mon point de vue, crucial à prendre en compte dans le cas de Los Angeles.

Individuel / Groupe. La troisième dichotomie qu'il faut souligner est celle distinguant les touristes « individuels », c'est-à-dire non pas seuls mais voyageant par eux-mêmes, et ceux qui font partie d'un voyage organisé. Cette dernière situation peut être comprise comme étant un dispositif adopté par les touristes pour gérer l'altérité du lieu. Les touristes « individuels » auraient une assurance accrue de leurs compétences spatiales, ce qui leur permettrait d'habiter touristiquement une aire urbaine par leurs propres moyens.

« *First Time* » / « *Repeaters* ». La quatrième principale dialectique à garder en tête est celle que l'on peut établir entre les individus qui viennent pour la première fois et ceux qui sont déjà venus, thématique envisagée par Tim Freytag à partir du cas de Paris: « Repeat visitor practices do not only consist of “more advanced” encounters between the tourist and a place, but they underline the repeat visitors' main aim to distinguish themselves from less

experienced first time visitors » (Freytag, 2008). On peut en effet poser a priori l'hypothèse que ceux qui reviennent ont une certaine habitude, une certaine connaissance et un certain savoir faire par rapport à ceux découvrant pour la première fois un lieu, cela pouvant se traduire par une logique de distinction dans le choix des endroits visités.

Les entretiens permettent donc d'approcher le discours tenu par les individus quant à leurs pratiques, les imaginaires qui les supportent, les valeurs qu'ils associent aux lieux. Cela permet d'avoir une meilleure compréhension des manières dont les individus habitent l'aire urbaine dans son ensemble. Cependant, le degré de précision reste plutôt général et il n'est pas possible de comprendre comment les individus font *in situ* avec de l'espace, comment le lieu est habité par l'ensemble de la population. Pour obtenir des informations à ce niveau, la technique utilisée est celle de l'observation.

III. L'agencement touristique des lieux au regard de l'observation

Il me semble ainsi intéressant de recouper les entretiens des touristes par des observations: cela peut permettre de saisir la mise en oeuvre des pratiques qu'il n'est pas possible de reconstituer par l'interview. Il s'agit là de multiplier les sources de renseignements afin d'obtenir des informations complémentaires quant aux pratiques des individus.

Dans le cadre de cette recherche, l'entretien sert à comprendre la manière dont un individu fait avec une aire urbaine et notamment comment, par sa pratique, il met en relation des lieux, construisant ainsi son « espace touristique ». Il est plus délicat par contre de comprendre ses manières de faire avec une situation précise. L'observation, me semble-t-il, permet cela : il s'agit de comprendre comment les individus font avec un lieu en situation. En effet, les principaux avantages dégagés généralement pour cette technique sont « la saisie des comportements et des événements sur le vif » et « le recueil d'un matériau d'analyse non suscité par le chercheur et donc relativement spontané » (Quivy & Campenhoudt, 2006, p.199). L'objectif n'est donc pas pour moi, en utilisant cette méthode, de connaître le fonctionnement de l'agglomération dans son ensemble, de synthétiser la ville par un lieu, mais plutôt d'analyser le rôle des pratiques dans l'agencement d'un lieu.

L'observation sert en effet d'une part, et dans la traditionnelle perspective anthropologique d'Erving Goffman, à envisager le rapport d'un individu avec les autres (les rites d'interaction en quelque sorte) ; mais elle est également utile d'autre part pour envisager le rapport des individus avec un agencement spatial particulier, c'est-à-dire face aux objets et dispositifs déjà présents. On peut alors travailler sur les ruses et les tactiques – pour reprendre

le vocabulaire de Michel de Certeau – que les individus mettent éventuellement en place par rapport aux aménagements qui leur sont proposés et avec lesquels ils doivent faire avec. On retrouve cette idée, exprimée avec un autre vocabulaire chez des auteurs focalisés sur une approche sociologique: « les observations sociologiques portent sur les comportements des acteurs en tant qu'ils manifestent des systèmes de relations sociales ainsi que sur les fondements culturels et idéologiques qui les sous-tendent. En ce sens, le chercheur peut être attentif à l'apparition ou à la transformation des comportements, aux effets qu'ils produisent et aux contextes dans lesquels ils sont observés, tels que l'ordonnance d'un espace » (Quivy & Campenhoudt, 2006, p.199).

Les objets de l'observation

L'observation peut s'articuler à deux niveaux: d'une part pour effectuer « l'état du lieu », d'autre part pour saisir la « pratique du lieu ».

L'observation peut en effet tout d'abord servir à décrire le lieu à proprement parler, comment il est constitué, son fonctionnement, en relevant la circulation des individus (leurs allers et venues, leurs arrêts, etc.), les temporalités des lieux (le lieu est-il habité par des populations différentes selon l'heure ?), les multiples pratiques qui y sont présentes, mais également l'état des bâtiments (sont-ils délabrés, rénovés, en voie de gentrification, modernes, historiques, etc. ?). Apparemment ordinaires, ces aspects ne doivent pourtant pas être négligés, la description des lieux et des objets étant doublement intéressante car, pour reprendre une argumentation sociologique, i) « ils servent de cadre aux interactions, ils jouent un rôle pour les différents participants (contrainte matérielle; référence commune; support d'appropriation) » et ii) « ils portent les traces d'une histoire qui, à travers eux, s'impose aux participants » (Beaud & Weber, 1998, p.167). D'un point de vue géographique, on peut reformuler cette idée en indiquant que les pratiques des individus co-construisent un lieu tout autant qu'inversement le lieu participe de la réalisation des pratiques (Stock, 2001). Traversée par cet objectif, l'observation peut s'accompagner d'un dépouillement de documents écrits, brochures et textes officiels, pour envisager les processus et dynamiques dans lesquels les lieux sont engagés. Par ce moyen, il est alors possible d'obtenir une connaissance plus fine du fonctionnement d'un lieu, d'appréhender l'espace dans sa matérialité, cette dernière étant le reflet à la fois de la concrétisation spatiale de la gouvernance en place et de sa mise en œuvre ou non par les pratiques des individus

L'observation peut d'un autre côté avoir pour objet les pratiques d'un individu dans une

situation particulière: il s'agit alors de se focaliser sur une personne en particulier pour constater ses manières de faire avec de l'espace. On peut envisager les pratiques effectuées par les individus localement, c'est-à-dire savoir ce qu'ils y font (de la déambulation, des photographies, du shopping, etc. ?) et *comment* ils le font, leurs « centres d'intérêts » (pour quelles raisons sont-ils là ?) mais aussi leurs réactions, tant par rapport aux autres individus que par rapport aux aménagements urbains (et relever les différentes stratégies employées pour faire avec les dispositifs matériels présents sur place).

Les lieux de l'observation

Dans cette recherche, l'objectif de l'observation est donc de « mettre à l'épreuve des faits » les discours des touristes sur leurs pratiques. Il semble dès lors préférable de ne pas se focaliser sur un seul lieu mais sur plusieurs scènes urbaines, tout en intégrant dans la réflexion la question de la faisabilité : il s'agit de trouver un juste équilibre entre une diversité des lieux d'observation, le temps qu'il est possible de consacrer à leur observation respective et le degré de précision à atteindre – qui doit être suffisamment important pour être exploitable mais limité malgré tout pour être faisable.

Quels lieux peut-on envisager pour effectuer des observations ? Toujours afin de garantir une cohérence dans la démarche, ils ne seront définitivement fixés qu'en fonction des premiers résultats des entretiens: cette chronologie permet de prendre en considération des lieux qui auront émergé au cours des interviews et dont l'intérêt n'était pas évident de prime abord. Il est néanmoins possible d'envisager *a priori* certains lieux susceptibles d'être pertinents:

Le premier correspond à *Hollywood* et plus particulièrement à la partie du *Walk of Fame* où se situe la station de métro « Hollywood / Highland ». C'est à cet endroit que l'on retrouve les principaux « marqueurs » touristiques du lieu ainsi qu'un nombre important de boutiques de souvenirs, de commerces et de restaurants destinés au grand public.

Venice Beach est un deuxième lieu envisageable. Plutôt que de se concentrer sur la *Third Street Promenade* et le nouveau *Mall* qui lui sert d'extension, trop proche d'Hollywood dans le fonctionnement, il est plus intéressant – pour envisager des pratiques différentes – de se placer au niveau de la célèbre promenade, l'Ocean Front Walk, bordant la plage et où l'on retrouve restaurants, boutiques de souvenirs et commerces ambulants. Un autre argument pour justifier le choix de ce lieu est sa fréquentation par les angelinos les fins de semaine, ce qui en fait aussi un lieu du quotidien et sous-entendrait la coprésence de populations différentes.

Downtown est un troisième lieu possible, du fait de son important dynamisme actuel, le

renouveau de ce lieu étant repérable par l'installation de galeries d'artistes (ce qui participe à en faire un lieu « à la mode ») et largement redevable à la sphère de la récréation et de l'entertainment. La principale difficulté étant alors de définir une zone d'observation précise : il peut s'agir du *Walt Disney Concert Hall*, symbole de la « starchitecture », et a proximité duquel un parc est en cours d'aménagement; ou alors de la zone de divertissement *L.A. Live*, symbole d'un urbanisme ludique avec ses infrastructures à vocation récréative.

Les parcs à thèmes sont aussi des espaces dont il faut discuter la pertinence et l'utilité. Ces lieux (on peut en recenser deux principaux), inclus dans l'aire urbaine qu'ils ont d'ailleurs historiquement participé à co-constituer et à en assurer la réputation, ont cependant un mode de fonctionnement spécifique. Le plus connu, *Disneyland*, situé à Anaheim, dans la limite sud de l'agglomération, est éloigné – dans quelle mesure « déconnecté » ? – des autres lieux avancés précédemment et fondé sur un agencement l'érigeant en complexe récréatif clos, hermétique, sans véritables liens avec l'espace urbain environnant. Le second, *Universal Studio*, bien qu'ayant une mise en tourisme apparemment antérieure, est moins emblématique et moins fréquenté. Localisé à proximité des lieux présentés ci-dessus, il dispose d'une station de métro se trouvant sur la même ligne qu'Hollywood. Par ailleurs, on retrouve, en bordure des limites payantes du parc, un lieu que l'on peut considérer comme un entre-deux, *Universal City Walk* : cet espace, d'une centaine de mètres et d'accès gratuit, est composé de boutiques de souvenirs, de restaurants et d'un cinéma, dont le code stylistique reprend celui du parc. Potentiellement aussi bien habité par les touristes que par les angelinos pour leur loisir, ce lieu est un compromis faisable pour concilier à la fois la prise en compte de ce type d'agencement urbain et les manières de faire des individus.

IV. Conclusion

L'utilisation de ce dispositif méthodologique devenu aujourd'hui classique – au point de s'affirmer comme la « nouvelle orthodoxie » selon Mike Crang (2002) – doit ainsi servir à élaborer une meilleure compréhension des pratiques des touristes à Los Angeles et de leur rôle dans l'agencement du lieu. Cela permet de recueillir les *traces* (pour reprendre une formulation propre à Bruno Latour) – à la fois « entendues » et « observées » – laissées par les touristes afin de reconstituer leurs manières de faire avec de l'espace.

L'exploitation des résultats obtenus s'effectuera à partir d'une analyse de contenu des discours. La manière de traiter les données récoltées est une des limites possibles de cette approche par entretiens semi-directifs, du fait que « plus l'acteur structure "librement" son discours et plus l'information est difficile à traiter, à catégoriser et interpréter » (Juan, 1999, p.107). Pour

éviter cet écueil, l'argumentation sera construite à partir de l'analyse des discours, pour tenter de comprendre le raisonnement des individus, les arbitrages qu'ils effectuent et relever les "différences significatives" selon leur profil sociologique: « chacun de vos interviewés exprime, pour vous, un point de vue singulier. Plus vous ferez apparaître la singularité de ce point de vue, plus l'entretien sera intéressant ("l'universel est dans le particulier" comme aimait à dire Goffman) » (Beaud & Weber, 1998, p.178). L'objectif alors est de faire émerger les principaux types de discours tenus, en instaurant un dialogue entre ces multiples manières de faire, afin d'en apprécier l'écart tout autant que la proximité pour exploiter au maximum les singularités et tirer profit de la richesse des matériaux.

Bibliographie

BEAUD Stéphane et WEBER Florence, *Guide de l'enquête de terrain*. Paris: Eds. La Découverte, 1998.

BOURDIEU Pierre (dir.), *Un art moyen: essai sur les usages sociaux de la photographie*. Paris: Editions de Minuit, 1965

CRANG Mike, « *Qualitative Methods: the New Orthodoxy ?* » *Progress in Human Geography*, vol.26 (5), pp.647–655, 2002.

DUHAMEL Philippe, « *Au fondement du tourisme: habiter autrement le Monde* », *Travaux de l'Institut de Géographie de Reims*, n°115-118, pp.75-90, 2003-2004.

FREYTAG Tim, « *Making a Difference: Tourist Practices of Repeat Visitors in the City of Paris* », *Social Geography Discussion*, vol.4, pp.1–25, 2008

LUCAS Léopold, « *Los Angeles ou l'hypothèse de la métropole touristique* », *Mondes du Tourisme*, Actes du colloque *Rencontres Champlain 31 Mai - 2 juin 2010*, Tourisme et Mondialisation, UQAM Québec et Université d'Angers (ESTHUA), à paraître.

MIT Equipe, *Tourismes 1. Lieux communs*, Paris: Belin, 2002

PONS Pau Obrador, « *Being-on-Holiday: Tourist Dwelling, Bodies and Place* », *Tourist Studies*, vol.3 (1), pp.47-66, 2003.

QUIVY Raymond et CAMPENHOUDT Luc, *Manuel de recherche en sciences sociales*. Paris: Dunod, 2006

SALVADOR Juan, *Méthodes de recherche en sciences sociohumaines. Exploration critique des techniques*. Paris: Presses Universitaires de France, 1999.

SARDAN Olivier, « *La politique du terrain* », in PASSERON Jean Claude et al., *Les terrains de l'enquête*. n°1, Paris: Eds. Parenthèses, 1995.

STOCK Mathis (coord.) et al., *Le tourisme. Acteurs, lieux et enjeux*, Paris: Belin, 2003.

STOCK Mathis, « *Théorie de l'habiter. Questionnements* », in LUSSAULT Michel, PAQUOT Thierry & YOUNES Chris (dir.), *Habiter, le propre de l'humain*. Paris: La découverte, pp.103-125, 2007a.

STOCK Mathis, « *European Cities: Towards a Recreational Turn ?* », *Hagar. Studies in Culture, Polity and Identities*, vol.7 (1), pp.115-134, 2007b.

STOCK Mathis, *Mobilités géographiques et pratiques des lieux. Étude théorico-empirique à travers deux lieux touristiques anciennement constitués: Brighton & Hove (Royaume-Uni) et Garmisch-Partenkirchen (Allemagne)*. Thèse de géographie, Université de Paris VII-Denis Diderot, 663p., 2001.

1.6. Le « projet de voyage », un cadre interprétatif des pratiques touristiques en ville ?

Gwendal SIMON

Université Paris Est, Laboratoire Ville, Mobilité Transport

Gwendal Simon (gwendal.simon@enpc.fr) est docteur en sociologie de l'université Paris Est Marne-la-Vallée et post-doctorant au laboratoire Ville Mobilité Transport (Université Paris Est, IFSTTAR, Ecole des Ponts ParisTech). Ses recherches portent sur le tourisme urbain et les pratiques touristiques en ville.

Résumé

Le tourisme urbain est aujourd'hui un phénomène dont les dynamiques sont largement étudiées. L'enjeu de connaissance est paradoxalement peu porté sur ce que font précisément les touristes dans les métropoles, même dans une ville mondialement médiatisée comme Paris. Ce papier développe et discute la notion de « projet de voyage » comme cadre d'analyse des pratiques urbaines des touristes à Paris.

Mots clés : Tourisme, Pratiques, Projet, Voyage, Paris

Abstract

Although the dynamics of the urban tourism phenomenon are widely studied and tourism flows toward certain destinations are considerable, we paradoxically know rather little about what precisely tourists do in cities, even in a city like Paris. This paper highlights how tourists' travel plans are used as an analytical framework for urban practices.

Key words : Tourism, Practices, Plan, Travel, Paris

I. Introduction

Le tourisme urbain est aujourd'hui l'objet de nombreuses études qui, pour beaucoup, visent les dynamiques économiques, territoriales et symboliques. Les recherches s'orientent peu vers l'examen ciblé des différentes pratiques touristiques dans les villes et les manières de vivre l'expérience urbaine. Celles-ci peinent à être saisies avec finesse, notamment parce que la connaissance de l'agencement des activités des touristes dans l'espace et le temps d'une localité donnée se heurte à plusieurs difficultés de méthodes. Quantitativement, aucune enquête ne couvre en France l'ensemble du territoire métropolitain et les mesures ciblent davantage les afflux que les flux (Terrier, 2006). D'un point de vue qualitatif, la conduite d'entretiens ou d'observations doit être réalisée sur des temporalités généralement courtes et sur des espaces qui attirent une grande variété de visiteurs pour des motifs très divers. Certes, il existe des éléments de réponse pour savoir où les touristes se rendent et les activités qu'ils pratiquent (lorsque les lieux touristiques estiment ou comptabilisent les entrées), leurs niveaux de dépenses, leurs choix de modes de transport, les différents motifs qui gouvernent leurs visites, etc. Mais l'aperçu est cependant approximatif du fait d'une grande segmentation des éléments disponibles et les modalités de l'expérience urbaine, dans la confrontation des touristes aux aménités, aux mobilités et aux médiations manquent d'une préhension plus globale et systémique. Pour lever ou, au moins, contrôler ces écueils et viser une saisie dynamique des pratiques touristiques en ville, nous avons élaboré un cadre interprétatif fondé autour de la notion de « projet de voyage ». Processus de construction et de sélection, la description sociologique est indissociable d'un regard théorique et interprétatif qui la guide et la rend « utile » (Lahire, 2005). Nous restituons ici les présupposés, la construction analytique et aussi les limites du « projet de voyage » comme schème interprétatif, notamment appliqué au territoire parisien.

II. Un cadre imaginaire et matériel au voyage

Le « projet » n'est pas une notion particulièrement usitée dans le champ touristique et ne constitue pas un élément classique de l'outillage conceptuel pour expliciter les pratiques. Sa place est toutefois notable lorsqu'il s'agit de souligner la figure du touriste comme acteur de son voyage : certains sociologues ou anthropologues analysent ainsi le rôle de l'imaginaire dans la relation aux pratiques touristiques qui accordent parfois explicitement une place de choix à l'individu comme un véritable acteur doué de conscience vis-à-vis de son voyage (Urbain, 2002, 2003). Les géographes de l'Equipe MIT (2002) utilisent également cette notion en insistant sur l'intentionnalité qui préside aux pratiques : ce qu'on prévoit de faire, ce

qu'on projette de faire. Globalement, sauf à lui dénier une intention de départ, nous faisons l'hypothèse que le touriste ne voyage pas sans un « projet » à l'esprit, c'est-à-dire sans une idée ou un ensemble de motifs qui activent son désir de voyage. Le voyage touristique, en tant qu'il a pour finalité le loisir – un voyage pour soi – a une dimension intentionnelle explicite, à la différence d'autres voyages (professionnels par exemple) ou certaines formes de migrations comme l'exil. Le « projet » sert le décryptage des pratiques touristiques parce que, en instituant un socle imaginaire et matériel au voyage, il constitue un cadre analytique de l'action. Le projet s'appréhende comme une graduation entre des formes intentionnelles sans conséquence sur l'action (projet volitif : je veux partir) et d'autres qui visent plus explicitement sa réalisation (projet stratégie : je pars, j'ai réservé un hôtel à tel endroit pour x nuits). Distinguons ces deux dimensions : le projet volitif (le voyage comme volonté) est, a minima, porteur d'une idée qui oriente l'individu vers le monde et a maxima un calcul en vue de maîtriser son action. Plus précisément, dans sa dimension embryonnaire, porteur d'un désir, il constitue une représentation d'un contexte désiré. C'est la dimension première du voyage en tant que réalité mentale nécessaire à l'accomplissement physique de l'idée du voyage dans un lieu. Le voyage peut se concevoir, avant tout, comme cette projection vers un ailleurs. Le projet de voyage est alors, dans sa version élémentaire, la représentation sommaire de l'ailleurs dans une image à laquelle « nous prêtons nos pensées, nos désirs et nos rêves » (Mondzain, 1995, p. 18). La primauté de l'idée, de la forme, de la représentation comme états premiers avant toute action physique ou matérielle est bien ce que souligne l'intention. Elle constitue néanmoins le projet comme espace préservé des impératifs du monde physique afin, éventuellement, de mieux y préparer l'action. Dans sa forme la plus avancée, le projet de voyage est une représentation élaborée de l'ailleurs, finalité stabilisée qu'il faut atteindre. C'est le projet « stratégie » (le voyage comme préparation au départ). L'ailleurs devient un objectif ou un but à concrétiser et on lui associe, en conséquence, un ensemble adéquat de moyens et de ressources pour le réaliser. Sans cette attribution, le voyage n'est qu'une idée ; avec, il devient « consistant » parce qu'on lui confère les éléments nécessaires pour aboutir. Des choix sont à faire. Concrètement : quel voyage veut-on faire ? Avec qui et comment ? Sous quelle forme ? Pour combien de temps et quel budget ? Les questions sont nombreuses et ouvrent à de nombreux voyages possibles. Il y a, au minimum, le choix d'une destination et le moyen de s'y rendre, vouloir aller à Paris et se procurer un billet pour s'y transporter. Au « projet volitif » qui ne considère que la seule visée vers l'ailleurs s'accolle un moyen (de transport) qui rend possible l'action. Le « projet stratégique » minimaliste tient ainsi dans cet accord entre le lieu désiré et le moyen qui rend possible le déplacement (et l'on s'occupera

plus tard de l'hébergement, du programme...). Bref, il permet la mobilité. Dans sa version maximaliste, le « projet stratégique » atteint son plus haut degré de formalisation dans la prévision complète des composantes du voyage (le transport, l'hébergement, le programme de visite, la restauration, le conseil personnalisé sur place, etc.), soi-même ou par délégation à une agence. Dans ce cas, on optera pour une formule de voyage qui en dessine, par avance, le périmètre, dans des itinéraires, des durées, des horaires, éventuellement des collectifs. Entre ces deux extrémités, les types de voyage sont diversement composés et inégalement bordés. Les agencements peuvent être multiples et changeants selon les « choix » réalisés quant à l'hébergement (sa localisation, l'étendue de la gamme de services), les modes de transport (individuel, en taxi, voiture ou vélo ; collectif avec l'autocar et les transports en commun), la restauration (sur le lieu d'hébergement, dans une chaîne internationale ou en supermarché), le programme choisi (sites touristiques identifiés ou non), les supports utilisés (cartes, guides imprimés, recours à un guide interprète), etc. La gamme est diverse et les décisions qui en résultent tracent les contours du voyage à venir.

Cependant, ce n'est cependant pas tant la projection elle-même qui nous intéresse que la constitution et l'existence de ces formes objectives de voyages que le « projet » engage dans sa version stratégique, c'est-à-dire dans l'aboutissement de la projection dans un pays ou une aire géographique. Les choix (et les non choix) constituent des éléments objectifs et significatifs imprimant une « marque » au voyage physique lui-même. Les visites peuvent se faire dans des lieux plus ou moins connus, via des modes d'hébergement classiques ou alternatifs, par des moyens collectifs ou individuels pour se déplacer, avec des aides extérieures fortement agissantes ou non sur le cours du voyage, dans la proximité revendiquée ou de distance indifférente avec les populations locales, etc. La configuration du « projet » n'illustre donc pas l'ensemble de ce que le touriste a l'intention de faire mais, plus précisément, au moment même où il voyage, *la possibilité d'une analyse à partir des modalités spécifiques qu'il aura choisies pour celui-ci*. Ainsi, le « projet » participe à organiser le voyage sans pour autant le fixer. Il dessine les contours de l'action à venir du touriste en laissant plus ou moins ouvertes les possibilités d'ajustement, de programmation et/ou de liberté dans les choses à voir et à faire. La relation qui s'établit entre le « projet » et les pratiques est lisible dans la formation de ce cadre a priori prédéfini de pratiques, traçant une perspective relationnelle entre l'intention du voyage et sa traduction matérielle dans des lieux, des attractions, des mobilités, des outillages, des durées, etc. Le « projet » est donc l'acte par lequel le touriste fixe à son voyage un ensemble d'éléments lui donnant *formes*.

Cette démarche revient à borner le « projet » par ses éléments extérieurs, dans la lignée des conseils de Durkheim qui, concernant les règles relatives à l'observation des faits sociaux, souligne que la première démarche du sociologue doit être de définir les choses traitées à partir de leurs propriétés inhérentes. Selon lui, les seuls éléments qui peuvent être atteints sont ceux qui se trouvent assez extérieurs pour être immédiatement visibles, propriétés qui sont alors tout ce que nous savons du réel (Durkheim, 1988). Cette dimension « extérieure » du « projet » nous sert d'appui pour construire un cadre d'interprétation.

La cumulation de ces formes préalablement choisies et actées par le touriste dessine une configuration cohérente de voyage qui crée les conditions d'une interprétation sociologique plausible. Elle stabilise les nombreuses variables qui pèsent sur le voyage et qui, souvent, freinent la préhension des pratiques. En effet, l'analyse d'un « projet » de voyage aide l'observateur à fixer, pour un nombre donné de touristes, des éléments comme la durée de séjour, le budget alloué, le type d'hébergement, éventuellement les âges, les nationalités, le nombre de personnes composant le voyage, etc. Ces éléments rendent possible la constitution d'un socle homogène et cohérent de voyage autorisant l'analyse des pratiques. Cependant, cette relation entre le projet de voyage et son accomplissement dans des formes concrètes d'espaces est davantage intelligible si on leur fixe des logiques différenciatrices. En effet, tous les projets ne se ressemblent pas : comment, alors, les distinguer et les classer ?

III. Les formes « rationalisées » et « standardisées » du « projet de voyage »

Afin de préciser et de différencier les « projets », nous leur attribuons des logiques spécifiques que nous nommons comme « rationalisation » et de « standardisation ».

L'idée de « rationalisation » est héritière d'une histoire ancienne, notamment développée par Weber¹⁷. Cette notion prend place ici comme dispositif inscrit dans la distance au quotidien qu'opère le voyage touristique. La réalité de cette distance est sujette à débat et ne peut se poser comme une et indivisible. Elle est davantage dépendante des contextes de voyage que relative à des sphères quotidiennes et hors-quotidiennes bien circonscrites et imperméables.

¹⁷ Pour Weber, la « rationalisation » renvoie au processus menant à une plus grande régularité et prévisibilité des conduites humaines. Il en est l'un des principaux instigateurs en ayant fait de cette dynamique un trait caractéristique de la modernité des sociétés occidentales. Cela dit, il convient de distinguer ce processus global de ce que nous nommons ici la « rationalisation » dans le voyage touristique : si nous prenons appui sur ce cadre d'ensemble, c'est pour construire précisément une relation avec des objets du monde urbain et touristique qui permettent potentiellement une plus grande maîtrise des actions dans des situations où les habitudes incorporées tendent à faire défaut. Il ne faut donc pas entendre la rationalisation weberienne et l'utilisation que nous en faisons comme strictement équivalente mais davantage comme une filiation pour comprendre les pratiques touristiques.

Néanmoins, il n'est pas pour autant caduc de parler de distance avec ce qui constitue globalement le quotidien comme monde familier (Cohen, 1979 ; Knafou, Stock 2003). Et la distance à un univers assez massivement réglé par l'habitude et des savoirs acquis peut susciter des formes de désadéquation, par exemple une mauvaise maîtrise du cours des événements (le touriste se trouve désorienté) des formes plus douces par une envie de mieux comprendre l'environnement qui, du fait de sa méconnaissance, est à découvrir (le touriste est intéressé). Dans tous les cas, il s'agit de se réajuster à une situation en palliant l'absence de savoirs mobilisables qui font défaut, précisément du fait de cette distance à l'univers familier. C'est ainsi qu'il faut comprendre le recours par des touristes à des médiations qui permettent l'accord avec l'environnement : un guide imprimé, un voyage « organisé » ou une carte géographique, des services d'encadrement, des visites guidées, un ensemble d'images et de représentations. La « rationalisation » se comprend alors dans les relations que le touriste entretient avec ces médiations.

La notion de « standardisation » résulte de la massification du tourisme qui a progressivement engendré des mouvements de concentration de touristes sur certains territoires, constituant un tourisme dit de masse mesuré par l'importance de ses flux ou de son caractère ostensible. Rendue possible par le développement des moyens de transport, les normes sociales, la prescription marketing, la logique de la « standardisation » s'inscrit aisément dans un espace touristique parisien possédant des sites mondialement identifiés. Elle institue un ensemble de pratiques touristiques dominantes dans une relation de proximité avec les lieux, les quartiers et les sites touristiques les plus communément visités et investis. Le terme de « standardisation » renvoie à un modèle ou à des normes de référence qui guident l'action. Cet aspect référentiel souligne la mise en valeur d'un lien entre deux éléments (un objet, une pratique...) dont l'un tire son origine et sa ressemblance de l'autre. Pour fonctionner, le caractère « standard » d'une pratique implique le nombre, la masse pour activer la reproduction. Nous considérons une pratique comme fortement « standardisée » parce qu'elle existe en grand nombre ou qu'elle en donne cette impression. Elle « domine » ainsi par le nombre appréhendé objectivement (les flux) et subjectivement dans la relation que les touristes entretiennent avec le nombre et ses manifestations afférentes (le collectif, le groupe, la masse, etc.). Nous appréhendons ici la « standardisation » non pas comme renvoyant aux usages dominants et communs du tourisme ou comme critique de ses formes massifiées (Brunel, 2006 ; Choay, 2009) mais dans le rapport que le touriste entretient à ceux-ci, dans

une relation de conformité ou de distance, voire de combinaisons des deux. C'est davantage une relation dynamique, qui peut varier dans le temps et dans des lieux, qu'un état statique et invariant. Le « projet standardisé » est ainsi un projet inscrit dans une relation avec les formes massifiées et dominantes – dans un espace donné – du tourisme.

Cette perspective de projets diversement rationalisés et standardisés autorise de penser les voyages à travers l'utilisation rudimentaire des médiations à leur usage régulier et intensif, de l'investissement sur de nombreux sites connus à un programme à distance des formes « classiques » du tourisme. Plusieurs composantes du voyage peuvent être lues sous ces angles, que ce soit l'hébergement, les modes de transport, les programmes de visites, la durée du voyage, le caractère flexible de l'itinéraire, le degré de contact avec les populations locales, les services d'encadrement disponibles... Ainsi, le degré de services proposés par un hébergement, en illustrant un niveau de confort, des moyens matériels et humains disponibles au cours du voyage, participe à « rationaliser » le voyage car l'offre de service constitue un encadrement potentiel. La durée de séjour participe du rapport « standardisé » à la ville car elle module l'accessibilité géographique et le rapport aux sites touristiques. La recherche de contact avec les populations locales peut constituer le gage d'un voyage authentique, c'est à dire une relation avec des formes non dénaturées d'altérité qui peuvent davantage s'actualiser à distance des formes trop classiques du tourisme massifié. Ces divers éléments du projet ouvrent à une inscription dans des pratiques et des espaces plus ou moins « standardisés » et « rationalisés » à Paris. L'espace parisien possède une structure polarisée autour d'un centre historique qui concentre en son sein un ensemble de fonctions de loisir et de commerce et qui est doté de monuments dont l'audience est mondiale. Logiquement, l'industrie touristique y propose un ensemble de services marchands comme médiations potentielles pour les touristes afin de découvrir et/ou se repérer. Le tissu urbain propre à Paris (l'ordonnancement aéré des boulevards, la place structurante de la Seine...) peut également servir de ressources pour aux visiteurs.

Parce que « l'étude sociologique suppose la mise en œuvre d'un *raisonnement comparatif* pour mettre au jour ce qu'il y a d'*invariant* et de *spécifique* dans les situations décrites par rapport à une série d'autres situations » (Lahire, 2005, p. 34), nous analysons deux « projets » différents pour les confronter à l'univers métropolitain parisien. Il est ainsi possible de saisir les domaines structurants des configurations étudiées et ceux qui s'en échappent. Le premier de ces projets concerne une population qui, dans ses caractéristiques, est a priori globalement peu « standardisée » et peu « rationalisée » car il se positionne à une relative mise à distance

des médiations extérieures et des logiques du tourisme de masse. Ce sont des touristes que l'on dénomme comme backpackers et pour lesquels le voyage se déroule généralement sur un assez long terme, où l'itinéraire est flexible, les destinations et les attractions visitées peu symboliques pour le plus grand nombre et peu fréquentées. Les déplacements sont souvent effectués en transports publics, les hébergements sont « bon marché », les contacts avec la population locale sont recherchés et les choix sont souvent improvisés durant le voyage. Le second de ces projets prend une forme globalement inverse en étant davantage « standardisé » et « rationalisé » : les touristes qui s'y inscrivent réalisent leur voyage avec un tour-opérateur qui propose un grand nombre de médiations disponibles, un programme « classique » d'itinéraires et de visites à Paris et des déplacements qui s'effectuent partiellement en groupe. Les durées sont assez courtes, l'hébergement se fait dans des hôtels de gamme moyenne et le rapport avec les populations résidentes n'est pas spécifiquement valorisé. Regardons comment ces deux « projets » s'actualisent dans l'espace parisien : leurs caractéristiques initiales se modulent-elles, et comment ?

IV. Les « projet » face au territoire parisien

Malgré leurs différences a priori, les deux « projets » étudiés subissent les « lois » de l'attraction parisienne : une historicité très prégnante, une partition forte entre l'intra et l'extra-muros, des imaginaires puissants mais géographiquement limités. C'est, là, la force d'une destination où l'hyper-centre touristique perpétue une aura à la diffusion mondiale qui a durablement pénétré les imaginaires. En effet, les images touristiques classiques de Paris sont tenaces et continuent de porter un récit toujours opérant sur les pratiques des visiteurs. Ce dernier, conjuguant l'Histoire, les charmes d'un temps révolu et un faste censément actuel dans les paysages, les monuments et les habitants, possède une capacité réelle à mettre en œuvre un répertoire d'action suffisamment cohérent pour uniformiser amplement les représentations et les pratiques. Au regard de la place qu'occupe l'hyper-centre touristique, on pourrait arguer que les touristes – tous « projets » confondus – se plagient les uns les autres, certes avec quelques variantes dans les pratiques. De fait, le nombre d'occurrences dans l'espace parisien est limité pour des voyages temporellement bornés à quelques jours. Les pratiques observées se rapportent donc, pour beaucoup, aux pratiques dominantes du tourisme parisien même si les manières d'y accéder et de s'y investir in situ peuvent différer. L'attraction de l'hyper-centre n'est néanmoins pas inamovible et, au contact du temps, elle perd de sa force en tendant à se diluer dans la ville. En effet, le nombre de séjours et les visites répétées diffractent et décentrent les pratiques en enrichissant progressivement la

relation à l'espace, dans l'envie plus prononcée de capter une atmosphère, par un registre de lieux qui se densifie, une urgence de visite qui s'amointrit... C'est alors un rapport à la « rationalisation » des lieux, des mobilités et des objets qui tend à se distancer des médiations disponibles, voire à s'appuyer principalement vers celles qui sont davantage distribuées dans la ville. C'est une programmation plus labile et effectuée in situ qui émerge afin de construire un rapport plus singulier à l'espace urbain. De la même façon, la relation aux éléments relevant du tourisme de masse se distend – parce qu'ils sont déjà vus, reconnus, visités – en se fondant graduellement dans les multiples aménités de l'urbain. Le facteur temporel est alors déterminant pour pouvoir vivre une expérience touristique composite qui permette à la fois de répondre aux exigences sociales des formes institutionnalisées et aux visites pour soi. Mais si, globalement, Paris « résiste » tant, le cadre conceptuel du « projet » touristique et les hypothèses associées sont-ils à remettre en cause ?

Le « projet » est, théoriquement, un cadre pour le touriste en dessinant une configuration de voyage. Il donne une forme et fixe les paramètres à la manière d'un cadre dont l'espace intérieur demande de se remplir. Les pratiques ne sont donc pas complètement déterminées à l'avance, sinon les enjeux de connaissance perdent de leur force dans l'analyse de formes trop prévisibles de voyage. En effet, si les pratiques inscrites dans le projet n'ont qu'à se développer de façon linéaire en suivant un parcours déjà connu¹⁸, le cadre du projet perd en pertinence, au moins dans sa dimension comparative. Il ne faut pas, pour autant, trop assouplir le « projet » et ne conserver que l'expression individuelle de touristes trop particuliers les uns des autres qui perd l'observateur dans les méandres de désirs singuliers et plus ou moins différents pour chaque cas. Il y a, en effet, une multitude de « projets » individuels qui se spécialisent à mesure qu'ils sont approfondis par l'enquêteur¹⁹. Il faut, semble-t-il, réussir à tracer une voie opportune en évitant les écueils de la redondance de pratiques s'actualisant dans la ligne droite du « projet » comme ceux de la « multiplicité » des désirs de voyage. Il n'est donc ni question de poser l'équivalence stricte du système du « projet » avec des pratiques à venir (auxquels cas les pratiques sont trop prévisibles) ni de les disjoindre trop fortement en faisant reposer le « projet » sur des motifs de voyage non rapportés à des formes

¹⁸ Comme ce peut être le cas dans certains voyages organisés où les pratiques semblent enfermées dans un voyage qui ne fait que les actualiser).

¹⁹ Plus les désirs sont questionnés, plus ils apparaissent dans une finesse d'expression. En effet, plus l'échelle intra-individuelle est « dépliée », plus les strates sociales qui constituent l'individu apparaissent dans leur multiplicité.

objectives (car les pratiques risquent une trop grande différenciation). Une position intermédiaire doit permettre de questionner un ensemble de relations que les acteurs entretiennent avec le monde touristique et urbain parisien. Une position adéquate nous semble donc être la suivante : concevoir le « projet » comme un cadre a priori *suffisamment cohérent* pour l'action en coalisant un ensemble de formes de voyages à partir desquelles questionner les pratiques touristiques.

Cependant, les réponses empiriques autorisent de relire différemment ce cadre d'analyse car les populations étudiées, définies par des logiques de « rationalisation » et « standardisation » a priori, se révèlent mouvantes au contact du territoire parisien. Ainsi, sur le « projet » des backpackers, l'hypothèse d'un rapport peu « standardisé » à l'univers touristique est à remettre en cause. L'analyse empirique est la mise à jour d'un « projet » moins divergent des formes touristiques institutionnalisées que prévu. En effet, les backpackers affichent une expérience touristique à la fois moins idéologisée et plus composite qui nuance la perspective uniforme d'une découverte de la ville à l'écart des grands circuits touristiques. Cet aspect n'est pas véritablement nouveau puisque le débat sur leur institutionnalisation est déjà ouvert depuis plusieurs années. Leur condition touristique assumée est néanmoins effectuée dans des pratiques en cohérence avec les données initiales. Les backpackers restent, en effet, relativement économes et autonomes dans leurs pratiques de la ville, ce qui implique en conséquence des usages marchands limités et un souci de faire par soi-même. L'expression d'une « standardisation » est amoindrie mais le voyage continue néanmoins d'être porté par des traits propres et conserve des spécificités (nécessité économique, recherche d'expériences...) Dans le cas des pratiques liées au tour-opérateur, la « résistance » de Paris s'explique par une conformité initiale plus importante avec les formes traditionnelles du tourisme à Paris. Sur ce point, le cadre initial du « projet » (un programme classique) concorde, pour une bonne part, avec les pratiques observées. Un des traits significatifs de la confrontation des projets face au territoire parisien est la capacité de ce dernier à orienter les pratiques. Le contexte local - la structure urbaine et touristique de Paris - est agissant sous deux aspects. D'une part, il concentre les pratiques sur l'hyper-centre du fait notamment de sa géographie limitée qu'il est aisé d'arpenter à pied. Cette compacité spatiale est essentielle en participant à créer un espace touristique propice à la déambulation. D'autre part, les formes caractéristiques de l'urbanisme haussmannien tels les avenues ou les boulevards structurent en partie la mobilité piétonne en constituant des repères spatiaux et en conduisant certaines trajectoires par un effet « couloir ». Mongin souligne ce marquage caractéristique : « Paris,

ville où vous êtes environnés de panneaux qui indiquent en permanence la direction à suivre pour ne pas se perdre. Dans les villes musées, l'espace urbain est complètement organisé pour vanter son propre passé » (Mongin, 2003, p. 47). C'est là une manière de réhabiliter la ville dans sa capacité à engendrer des ressources spécifiques et à ordonner des installations dans l'espace (Fournier, Mazzella, 2004), notamment lorsque ce dernier se compose d'éléments majestueux. Le cadre urbain parisien avantage donc les mobilités « adhérentes » qui favorisent le contact physique et sensible avec l'environnement. La ville (dans ses formes urbaines, ses réseaux de transport) est bel et bien un agent actif des pratiques en participant à recomposer partiellement certaines des données initiales des « projets ».

V. Conclusion

Sur le plan analytique, ce socle du « projet » permet d'interpréter les manières dont les touristes arbitrent et hiérarchisent les choix qui s'offrent à eux dans la ville. Cependant, un degré d'ouverture relative est nécessaire pour observer les effets de l'interaction entre un cadre initial de voyage et ses formes concrétisées, c'est-à-dire entre les données a priori et les recompositions possibles dans le cours de l'expérience. Mais c'est autant le projet lui-même que les expressions « standardisées » et « rationalisées » des deux types de voyage qui sont à considérer. Sans expressions plus spécifiques qui lui donnent forme, le seul « projet » met à jour la tension du voyageur vers sa (ou ses) destination(s) et autorise la possibilité du voyage. C'est la force analytique du « projet » de restituer la logique réflexive du touriste qui prémédite son voyage mais il faut pouvoir interpréter ce dernier en lui accolant des hypothèses pour comprendre les différentes manières de voyager. De cette façon, un raisonnement comparant plusieurs types de pratiques est possible. Ainsi, le cadre du « projet » et les hypothèses associées permettent non seulement de dire que le voyage débute avec l'idée d'un séjour et d'activités désirées dans un cadre prédéfini mais, plus, d'affirmer que ces nombreuses formes possibles sont signifiantes et interprétables quant à des *modalités particulières* de voyager. Ceux-ci peuvent être plus ou moins encadrés et médiatisés par des supports, et plus ou moins proches des pratiques sociales dominantes dans la sphère touristique. Paris, dans ses aspérités urbaines et symboliques, est également fortement agissant et autorise une relecture nuancée de l'expression a priori des « projets ». Mais pour bien saisir l'action des spécificités parisiennes, il convient d'engager des comparaisons sur d'autres espaces métropolitains.

Bibliographie

- BRUNEL Sylvie, *La planète Disneylandisée. Chronique d'un tour du monde*, Paris, Editions Sciences Humaines, 2006.
- CHOAY Françoise, *Le patrimoine en questions. Anthologie pour un combat*, Paris, Seuil, 2009.
- COHEN Erik, (1979) « *A Phenomenology of Tourist Types* », *Sociology*, n° 13, pp. 179-201.
- DURKHEIM Emile, *Les règles de la méthode sociologique*, Paris, Flammarion, 1988 [1895].
- EQUIPE MIT, *Tourisme 1. Lieux communs*, Paris, Belin, 2002.
- FOURNIER Pierre et MAZZELLA Sylvie, « *La ville parcourue* » in FOURNIER Pierre et MAZZELLA Sylvie (dir.), *Marseille, entre ville et ports. Les destins de la rue de la République*, Paris, La Découverte, pp. 300-308, 2004.
- KNAFOU Rémy et STOCK Mathis, « *Tourisme* » in LEVY Jacques et Lussault Michel (dir.) *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*, Paris, Belin, pp. 931-935, 2003.
- LAHIRE Bernard, *L'esprit sociologique*, Paris, La Découverte, 2005
- MONGIN Olivier, « *De la ville à la non ville* », in Collectif, *De la ville et du citoyen*, Marseille, Editions Parenthèses, pp. 34-51, 2003.
- MONDZAIN Marie-José, *L'image naturelle*, Paris, Le Nouveau Commerce, 1995
- TERRIER Christophe, « *Flux et afflux de touristes. Les instruments de mesure* », in Cahier Espaces, n° 90, pp. 10-22, 2006.
- URBAIN Jean-Didier *L'idiot du voyage. Histoires de touristes*, Paris, Payot et Rivages, 2002 [1991].
- URBAIN Jean-Didier, *Ethnologue, mais pas trop*, Paris, Payot et Rivages, 2003.

1.7. Les récits d'expérience pour mieux cerner les arrangements des pratiques itinérantes contemporaines - Dépassement de la logique dialectique et apport de l'après-tourisme ?

Libera BERTHELOT

Institut de Géographie Alpine, Grenoble

Libéra Berthelot (libera@gireg.com) est Doctorante et ATER à l'institut de Géographie alpine, UMR Pacte de Grenoble depuis 2007. Son travail de thèse a été soutenu par une bourse CIFRE en partenariat avec l'association Grande Traversée des Alpes de 2007-2010. Ses recherches abordent la question des pratiques récréatives, de l'itinérance, de l'aménagement touristique de l'Arc Alpin.

Résumé

Ce papier en s'appuyant sur les récits d'expérience de 13 itinérants au long cours souhaite montrer les limites d'une grille de lecture dichotomique des pratiques récréatives (ici/ailleurs, quotidien/hors-quotidien, valeurs des vacances/vacances des valeurs, etc.). En effet l'approche par le récit d'expérience permet de mettre en avant une série d'arrangements proposée par ces itinérants au long cours. Autrement dit, certains fondements classiques ou plutôt modernes de la pratique touristique sont ici questionnés : l'ailleurs, la consommation, l'authenticité, la rupture, l'exotisme, la rapidité, la destination... Ce qui nous pousse à s'interroger sur la nécessité d'un nouveau modèle pour penser ces pratiques récréatives. Et, plus particulièrement si l'insuffisance du terme tourisme pour expliquer ces arrangements trouve une solution dans les termes de post-tourisme ou d'après-tourisme.

Mots-clés : récits d'expérience, itinérance pédestre, pratiques récréatives, arrangements, après-tourisme, post-tourisme.

Abstract

This paper wants to show the limits of a dichotomous reading grid (here/elsewhere, daily/off-daily, values of the holiday / vacation values, etc.) to understand the recreational practices. Therefore the analyse will be based on 13 narratives experiences of long-term hikers. This approach will highlight a series of arrangements proposed by these long-term hikers. In other words, some classical or rather modern foundations of tourism practise are questioned: the elsewhere, consumption, authenticity, breaking, exotic, speed, destination ... which leads us to question the need for a new model for thinking these recreational practices. And, especially if the lack of the term tourism to explain these arrangements find a solution in notions of post-tourism and après-tourisme.

I. Introduction

Si LAPOMPE-PAIRONNE (2008) a bien montré le potentiel explicatif des « grands de jeux d'opposition » dans son approche de la randonnée comme pratique touristique alternative, BOURDEAU (2003) quant à lui avance que l'appliquer de manière linéaire à toutes les pratiques récréatives contemporaines équivaut à lisser les évolutions qu'elles proposent. Ainsi, comment lire les transformations et les arrangements des pratiques récréatives, et plus particulièrement de l'itinérance pédestre au long cours de la Via Alpina (Arc Alpin) ?

C'est un corpus de 13 récits d'expériences sous forme de document papier ou blog de Via Alpinistes qui nous servira à comprendre comment les itinérants pédestres au long cours zigzaguent entre les différents pôles des dialectiques classiquement reconnues et retenues (BERTHELOT L, TOLLIS C., 2010).

Plus largement, nous verrons comment associées à d'autres arrangements de pratiques récréatives contemporaines (itinérance de proximité, New Age Travellers, itinérances militantes), les arrangements des itinérants au long cours poussent à s'interroger sur la nécessité d'un nouveau modèle pour penser ces pratiques. Les arrangements étant entendus ici au sens de LUSSAULT (2007) i.e. des accommodations, des ruses aux regards des codes et des normes établies. En quoi ces arrangements remettent-ils en question l'utopie et l'uchronie touristique ? Quelle grille de lecture propose l'après-tourisme pour lire ces arrangements ?

II. De ligne à l'expérience, un choix méthodologique pour aborder l'itinérance pédestre au long cours

Itinérance au long cours : fondements modernes et approches possibles

Avec une grille de lecture dichotomique, l'itinérance pédestre au long cours pourrait être qualifiée par le triptyque Partir, Ailleurs, En nomade (BERTHELOT, TOLLIS, 2010). PARTIR en opposition à RESTER, mais aussi en opposition aux pratiques récréatives à la journée et/ou à proximité. Il s'agirait dans ce cas, d'un Partir avec un grand P, d'un partir pour changer de vie, changer sa vie. Autrement dit, un PARTIR qui permettrait d'analyser le rapport au temps, le rapport à soi. Ou encore, un PARTIR avec un avant et un après l'accomplissement de ce rite initiatique que serait une itinérance pédestre au long cours.

AILLEURS en opposition à ICI car l'itinérance pédestre au long cours serait une rupture avec le quotidien familial. Dans cette logique, c'est l'altérité qui est recherchée, les repères et la routine abhorés/rejetés/fuis. Le confort est relégué au non-nécessaire. Le but est de développer de nouvelles aptitudes dans un environnement qui tranche avec un "sweet-home".

EN NOMADE contrairement au SEDENTAIRE que le citoyen occidental moderne est au quotidien. Etre nomade pour être libre, autonome. L'itinérance pédestre au long cours est vue dans ce cas comme le moyen de dissiper « le trop-plein énergétique. (...) [Car] les nomades comme les wanderers, vivent dans un parfait apaisement intérieur. Non pas que la nature désélectrise leur moelle, mais parce qu'un bel usage du monde permet de dépenser avec juste mesure le trop-plein vital sur le sable des pistes. » (TESSON, 2008)

Lorsque que l'on parcourt les sites internet de Tour-Opérateurs et de forum de pratiquants²⁰, au PARTIR est associés les notions de Rupture et déconnexion, d'aventure et inconnu et de dépassement et challenge. L'AILLEURS est considérée, comme un endroit préservé et authentique, extraordinaire et d'isolé (coupé du temps et dans l'espace). Et, enfin, la lenteur, l'ascétisme, la simplicité et l'introspection sont les valeurs attribuées de l'itinérance pédestre en NOMADE. Dans cette lignée, l'itinérance pédestre au long cours pourrait être définie comme le fait de se couper du quotidien pour partir en nomade vers des horizons lointains, inconnus et inaccessibles. Et, y redécouvrir les valeurs essentielles, la nature originelle et/ou une culture authentique et soi-même. Mais qu'en est-il lorsque que l'on considère la mobilité récréative qu'est l'itinérance pédestre au long cours comme un phénomène complexe tant social que spatial, qui nécessite une ouverture disciplinaire (URRY, 2005) ?

Le choix du récit d'expérience : usage référentiel, phénoménologique ou hyper-narratif

Dans ce cas, un itinéraire comme celui de la Via Alpina²¹ ne peut plus être réduit à une "simple" ligne i.e. à un « tracé plus ou moins direct entre 2 points » (BRUNET, 2003) et doit être approché comme une ligne à l'épaisseur incontournable (TOLLIS C., 2008), porteuse d'expériences collectives ou individuelles, directes ou indirectes (MIAUX, 2007). Ainsi, tout comme GAUGUE (2010), ces expériences seront abordées à travers les récits des itinérants au long cours pour comprendre si les pratiquants zigzaguent entre les différents pôles des dialectiques classiquement reconnues et retenues. C'est un corpus de 13 récits d'expériences sous forme de document papier ou blog de Via Alpinistes qui nous servira à montrer que leur pratique, loin de marquer une rupture entre un temps du loisir et un temps du quotidien (AMIROU, 1995), propose une certaine routine extraordinaire ; que dans leur rapport à

²⁰ Dans le cadre de notre travail de thèse 26 sites ont été passé au crible du triptyque Partir, Ailleurs, En nomade.

²¹ La Via Alpina peut être considérée comme un itinéraire de randonnée qui relie les huit pays de l'arc alpin (Italie, France, Monaco, Suisse, Allemagne, Autriche, Lichtenstein et Slovénie), mais pas seulement... Cet itinéraire résulte d'une initiative amorcée institutionnellement par l'association Grande Traversée des Alpes. Cf. www.via-alpina.org

l'espace et à l'autre, la dialectique entre un « ici » et un « ailleurs » (BOURDEAU, 2003) s'efface au profit d'une l'altérité familière. Enfin, ces pratiques brouillent aussi l'opposition classiquement usitée pour différencier « nomade » et « sédentaire » (GAGNOL, 2009).

Mais avant de le démontrer, comme le suggère URBAIN (2001), identifions quel contrat de lecture nous souhaitons passer avec l'auteur-narrateur-voyageur. Car de ce contrat dépend le niveau de lecture choisi quant « à la reconstruction du sens ou de la réalité de la mobilité » proposé par les récits de voyage. URBAIN (op. cit) propose de distinguer trois usages heuristiques possibles et complémentaires du récit de voyage²² :

« - L'usage référentiel, fondé sur un contrat de lecture fiduciaire, sur la base duquel le récit sert à reconstruire un comportement, une pratique ou un vécu du voyage ;

- L'usage phénoménologique qui, relativisant le respect du contrat susnommé, se sert du récit non pour reconstruire une pratique mais une attitude, une perception ou une théorie du voyage ;

- L'usage hyper-narratif qui se servira du récit de voyage pour étudier l'interface entre pratique et théorie : le rapport entre usage, discours et médiation. ».

Cette distinction nous permet de préciser que nous n'aborderons pas les récits d'expérience uniquement comme une restitution ou un reflet de l'expérience permettant de reconstruire les espaces et usages de l'itinérance récréative, c'est-à-dire la pratique elle-même. Mais, les récits seront davantage considérés comme des indicateurs, des révélateurs d'une pratique interprétée. C'est la perception que l'on a de sa pratique ou plutôt l'intentionnalité qu'on lui donne qui nous permettra de reconstruire une phénoménologie de l'usage de l'itinérance pédestre au long cours. Mais nous n'irons pas (même si cela est tout à fait pertinent) jusqu'à approcher les récits d'expérience en tant « hyper-récit d'un hypo-récit » c'est-à-dire à identifier les programmes narratifs de référence de la mobilité des itinérants au long cours. Autrement dit, nous nous appuyerons sur les récits d'expériences pour analyser comment la mise en récit de l'intentionnalité des pratiquants itinérants au long-cours donne à voir une pratique porteuse d'arrangements ; arrangements au regard des caractéristiques classiquement retenues pour identifier le rapport au temps (loisir/quotidien), à l'espace (ici/ailleurs) et à l'autre (nomade/sédentaire) d'une pratiques d'itinérance pédestre au long cours.

²² Nous garderons pour la suite le terme récit d'expérience parce qu'il permet d'être neutre par rapport à la dichotomie précédemment évoquée entre touriste-voyageur et le terme « expérience » met à notre sens d'avantage l'accent sur l'intentionnalité de l'itinérant.

Des pratiquants hors prestation touristique

L'ensemble des récits d'expérience que nous avons sélectionnés regroupe des expériences qui n'ont pas été vécues dans le cadre d'un séjour touristique acheté à un prestataire ou un voyageur de la randonnée pédestre itinérante. Il regroupe uniquement des récits issus d'une pratique autonome et place ce corpus dans le champ des pratiques récréatives. Ce choix de corpus permet d'être cohérent avec notre volonté de ne pas « restreindre notre observation à des pratiques, voire des produits touristiques délimités dans le temps du "hors-quotidien" et dans l'espace de "l'ailleurs" ». Il nous permet d'ouvrir la focale sur des pratiques (ou plutôt des récits de pratiques) qui potentiellement donnent à voir des « arrangements entre lieu de vie et lieu récréatif, entre temps du récréatif et temps du travail, entre pratiques récréatives et engagement militant, entre pratiques récréatives et mode de vie, etc ».

Une diversité des expériences

Comme le montre le tableau ci-après (Tableau 1 : Diversités des expériences sélectionnées), il existe une certaine diversité dans les expériences, dont nous analyserons les récits. Tout d'abord l'âge des Via Alpinistes va du jeune, voire très jeune (5 ans et demi) aux retraités (l'âge communiqué le plus élevé étant de 60 ans). A la diversité des âges s'ajoute celle de la modalité de pratique puisque les récits proviennent d'expériences vécues en solitaire, en binôme, en groupe voire en famille. Il n'est sans doute pas anodin de préciser que la pratique solitaire n'est pas uniquement masculine, ce qui d'ailleurs est attesté par la mixité des genres dans les récits de notre corpus.

La durée des expériences est elle aussi variable. En effet, l'expérience la plus courte est une expérience d'un peu plus de deux semaines (17 jours), ce qui correspond quasiment à un séjour touristique classiques, des vacances d'été²³. En revanche, l'expérience la plus longue est de 5 mois, durée qui l'inscrit hors-cadre des vacances prises grâce aux congés payés puisque celle-ci dépasse le temps total des congés payés, même si ces derniers étaient pris d'une traite. Sans doute corrélé à ce paramètre, l'itinéraire n'a pas nécessairement été réalisé dans sa globalité (par exemple seulement de Chamonix à Monaco). En revanche, pour d'autres, l'itinéraire de la Via Alpina a été prolongé par la traversée de la Corse puis celle des Pyrénées !

Enfin, les récits d'expérience ont été collectés sous différentes formes, soit sous format

²³ La durée moyenne d'un séjour pour l'été 2009 en région Rhône-Alpes se situe aux alentours de 5 jours (MITRA, 2009)

statique i.e. en document .pdf ou mail (ne relatant pas nécessairement une visée d'échange interactive avec une communauté de pratiquants, avec des proches, etc.), soit à partir des textes issus de blogs (qui marquent d'avantage la volonté d'échange au cours du séjour).

Tableau 1 : Diversités des expériences sélectionnées

Age ou Situation professionnelle au moment du départ	Modalité de pratique	Durée de l'expérience	Modalité de restitution de l'expérience	Réalisation de l'intégralité de l'itinéraire	Sexe des participants
Jeune retraité	Surtout en solitaire + binôme	Environ 1 mois	Email adressé à l'équipe de la GTA	non	masculin
NC	En solitaire avec son chien	3 mois	R.d'expérience à la coord. Inter.de VA	Oui + Corse et Pyrénées	masculin
Retraitée	En solitaire	Environ 1 mois	R.d'expérience à la coordinatrice international de VA	Non (Chamonix à Monaco)	féminin
« fait le choix de profiter de ma vie, de mon temps et surtout de ma liberté. (...) [mon choix] a été de mettre de coté une carrière professionnelle. » 28 ans	En solitaire	110 jours	R. d'expérience à la coord. Inter.de VA + sur site internet déjà existant	oui	masculin
NC	Surtout en solitaire + binôme voire groupe	Environ 4 mois	Réalisation d'un blog	oui	Féminin
25 et 26 ans de retour d'1 mission d'un an au Mexique	Surtout en couple + Début à 4	76 jours	Réalisation d'un blog	oui	Féminin et masculin
1 retraité de 60 ans et 1 expert-comptable de 53 ans,	En binôme	Environ trois mois	Réalisation d'un blog	oui	Masculin
NC	En solitaire avec son chien	135 jours	R.d'expérience à la coord. Inter.de VA	Oui	féminin
Doctorant en géographie. VA étant un terrain d'étude - 29 ans	Surtout en solitaire + en groupe ou binôme	Environ 5 mois	Blog + édition d'un livre	oui	Masculin
NC	Surtout en solitaire + en groupe ou binôme	Environ 3 mois	R.d'expérience à la coord. Inter.de VA	Oui	masculin
Couple + 6 enfants (5ans1/2, 6ans1/2, 8ans, 11ans, 13ans1/2, presque 15)	En famille	17 jours	Site internet	Non (plusieurs séjours effectués sur VA)	Masculin et féminin
Randonneurs "professionnels"	En couple	Été 2009	R. d'expérience sur Site internet déjà existant + publication d'un ouvrage	oui	Masculin et féminin
34 ans, et 49ans, salariés	Surtout en binôme	Environ deux mois	blog	oui	masculin

Un échantillon révélateur de l'existence d'une communauté

A la question "l'échantillon choisi est-il représentatif ou illustratif?", nous serions tenté de répondre qu'il est avant tout révélateur de l'existence d'une certaine communauté de pratiquants. En ce sens où il nous semble possible de considérer ces Via Alpinistes qui ont choisi de transmettre leur récit d'expérience comme une communauté sportive, voire culturelle en tant que « micro entités fondées sur le choix et l'affinité » (MAFFESOLI, 2004). Autrement dit, l'existence de ces récits d'expérience sera considérée comme indicateur supplémentaire de la mise en place d'une « Place Identity » (REGULA, 2010). L'analyse se focalisera donc davantage sur ce qui est de l'ordre du commun, du partagé chez les Via Alpinistes.

III. Du « partir, ailleurs en Nomade » à la pluralité des pratiques

Nous avons vu qu'en s'appuyant sur une vision dichotomique, l'itinérant au long cours pouvait être assimilée au nomade. Nomade que la vision moderne, assimile à un être libre en

mouvement perpétuel sans attachement aux lieux. Or, GAGNOL (2009) montre la nécessité de dépasser l'opposition classiquement retenue entre nomadisme et sédentarité. Et ce, en faisant la preuve qu'il existe des « logiques nomades dans la « sédentarité » actuelle (...) et des logiques sédentaires dans le « nomadisme » d'autrefois. » Que nous apprennent les récits d'expérience des itinérants au long au cours, viennent-ils contredire l'analyse de GAGNOL ou au contraire la renforcer ?

De la dialectique sédentaire/nomade au sédentaire en mouvement

Tout d'abord, les récits d'expérience tendent à confirmer que les itinérants au long cours ne donnent pas à voir (croire) uniquement l'existence d'une liberté totale lors de leur voyage sur la Via Alpina. L'itinéraire (balisé) de la Via Alpina peut être considéré, affiché comme une véritable contrainte spatiale voire territoriale à respecter. Dans certains cas, plus qu'un simple fil rouge, il s'agit d'un *parcours auquel il faut rester fidèle*, où les *détours* sont remarqués et les kilomètres sont comptés. Dans d'autres, les Via Alpinistes s'approprient l'itinéraire pour *élaborer leur propre chemin* afin de composer *le trajet idéal* entre les différentes variantes proposée par la Via Alpina. Mais, une fois celui-ci fixé, il devra lui aussi être respecté.

A la contrainte spatiale que représente l'itinéraire s'ajoute une contrainte temporelle où le temps n'est pas considéré comme étirable ou illimité. Pour certains, il existe un *programme* qu'il faut respecter *absolument*. C'est d'ailleurs à cause de cette contrainte temporelle que les Via Alpinistes préfèrent parfois quitter un massif, une vallée pourtant considérée *sans égale* pour *avancer, avaler des Km*. Et, l'image d'un Via Alpiniste tel un nomade libre est difficilement compatible avec le fait qu'il s'autorise l'observation de la faune si celle-ci ne *ralentit pas trop* et permet de rester *dans les temps*.

La seconde vertu attribuée par nos contemporains au nomade est d'être mobile ; mobile étant entendu dans ce cas comme quelqu'un en perpétuel déplacement sans attachement particulier à l'espace, au lieu, au territoire. Mais la mobilité n'est pas réductible au déplacement et il est donc difficile d'opposer mobilité et attachement à un lieu ; en particulier pour l'itinérance (récréative) qui loin d'être une simple pratique en mouvement, n'efface pas le rapport au lieu. Au contraire, bien souvent, elle est un moyen de le connaître, le découvrir autrement. Or, nous venons d'ores et déjà de montrer qu'une partie des récits d'expériences des Via Alpinistes restituent un déplacement qui « ne se fait pas dans un lieu éphémère et mouvant mais bien dans un espace stable et durable, celui d'un itinéraire à ne pas quitter » i.e. un lieu en soi. Peut-on identifier parmi ces récits d'expérience un attachement à des lieux de passage ou des discours relatant un autre moyen de découvrir ?

Certains extraits de récits d'expérience montrent le statut particulier attribué à l'hébergement. Qu'il soit gîte ou refuge, l'arrivée à celui-ci est qualifiée de vrai *bonheur* ou de véritable *récompense*. Ici, l'hébergement fait bien figure de point dans l'espace de l'itinérant, enchâssé par la ligne qu'est l'itinéraire.²⁴ Et, loin de n'être fait que de « traces idéalement ouvertes, illimitées »²⁵, il existe dans la topique de l'itinérant au long cours *des endroits (...) qui ne méritent pas d'être quittés*. Une autre série d'extraits de récits d'expérience vient battre en brèche l'image du nomade isolé dans son mouvement et par là même renforcer les conclusions précédemment avancées sur l'itinérance (récréative) comme pratique en mouvement constituant une porte ouverte sur les territoires traversés. A travers ces récits, la Via Alpina permet de *faire découvrir un véritable trésor de patrimoine*. Et *chaque pas, est la découverte d'un espace nouveau*. Loin d'être enfermé dans leur bulle que serait l'itinéraire, certains préfèrent attendre le *beau* pour *partir car les montagnes traversées sont d'une rare beauté*.

Sans nul doute, cela n'aura pas échappé aux lecteurs, qu'il existe une contradiction possible entre les deux premières séries d'extraits de récits de voyage et les deux dernières. En effet, la mise en avant de contraintes temporelles et spatiales montre que l'itinérant au long cours peut considérer les itinéraires que sont la Via Alpina, comme des espaces stables et durables à suivre et respecter et où l'important est d'avancer pour avaler les kilomètres. Mais parallèlement, nous avons pu lire que les hébergements sont autant de points de repère, de réconfort mais aussi d'ancrage le long de cette ligne que représente l'itinéraire. Ligne qui à travers certains récits prend le statut de porte ouverte sur des espaces, des lieux voire des territoires.

Cependant ce sont bien ces constats contradictoires qui permettent de renforcer ou plutôt d'élargir à l'itinérance pédestre au long cours, les conclusions de GAGNOL (2009) proposés pour interpréter le rapport au lieu des nomades et celui du rapport au lieu, à l'espace, au territoire des itinérants au long cours. Ainsi, ces deux constats viennent renforcer l'idée que l'itinérant pédestre tout comme le nomade ne peut pas être réduit à un individu libre en mouvement. De manière contradictoire mais inhérente à cette pratique, ces derniers viennent renforcer l'aspect dialogique que nous avons précédemment évoqué. Cette contradiction renforce donc l'importance d'une appréhension par la complexité des phénomènes

²⁴ Le parallèle est fait ici avec cette phrase de GAGNOL (2009), « il existe des points dans l'espace nomade mais qui restent largement enchâssés dans des lignes et les aires qui les dépassent et déterminent », reprise dans le chapitre 1.

²⁵ Telle qu'est qualifiée l'utopie nomade par GAGNOL (op. cit.)

d'itinérance, précédemment évoquée.

Temps libre et temps du quotidien plus qu'une rupture, des frontières perméables

La mythologie touristique abonde de références (visuelles ou textuelles) relevant de l'abandon des rôles sociaux lors de sa pratique touristique. Et comme le soulignait déjà KRIPPENDORF (1987), le touriste « prétend chercher le calme, le changement et l'antiquotidien » et dès le pont de la récréation franchi « nul ne se sent responsable, c'est l'égoïsme qui prime », précise ce même auteur. Cette caractéristique trouve en quelque sorte son apogée dans la formule « *la valeur des vacances, c'est la vacance des valeurs* » proposée par Edgar MORIN.

En suivant cette approche, le rite de passage proposé par AMIROU (1995) serait un des marqueurs du passage entre monde du quotidien et monde du temps libre. L'individu citoyen dans le quotidien devient dans le temps libre, un touriste inculte, superficiel ou aliéné (BURGELIN, 1967), voire irrespectueux et destructeur (URBAIN, 2002). On retrouve ici, le sens péjoratif commun du mot touriste avec ses connotations de « légèreté, d'amateurisme, de dilettantisme et même de cynisme » (BOURDEAU, 2003). Mais nous nous intéresserons ici à montrer à travers nos exemples d'itinérance pédestre au long cours, que certains pratiquants souhaitent intégrer une dimension (une justification) éthique au sein de leur pratique récréative.

En effet, les récits d'expérience montrent des itinérants désireux d'une pratique douce de la montagne, prêts à récolter et classer les différents projets locaux qui s'inscrivent dans cette volonté de proposer des alternatives. Et, une démarche pour promouvoir l'association Bolivia Inti Soleil Sud se voit attribuer une aide à hauteur de 500€ à travers son programme "La course en Solidaire. Cette mise en exergue d'une dimension éthique ou plus simplement "d'utilité" peut être lue comme une recomposition de la rupture précédemment évoquée entre monde du quotidien et monde du tourisme. En effet, ici, le pratiquant n'abandonnerait pas son rôle de citoyen dès lors le pont « récréatif » franchi. Et par là-même l'itinérance pédestre au long cours n'est pas uniquement vue sous l'angle de la performance, de l'exploit mais comme une expérience qui a du sens.

Peut-on attribuer le dépassement de cette rupture au temps long (plusieurs mois) et à l'autonomie (i.e. la dimension non marchande) de ces expériences récréatives ? En effet, BURGELIN (1967) écrivait sur le ressenti des touristes que « le temps qui est jugé manqué n'est manifestement pas le temps de « voir » (...) : c'est celui de nouer (...) une relation d'un autre ordre, dans laquelle ce dont on s'imprègne pénètre peu à peu (...); cette relation se distingue de la consommation pure et simple par la lenteur de son rythme. » Sans pouvoir

apporter une réponse franche et définitive à cette question, les récits d'expérience montrent que *le rite de passage des itinérants au long cours ne peut pas se réduire au fait de rentrer à l'aéroport et de prendre l'avion* (Amirou, 1995). Il s'agit pour les itinérants qui s'expriment ici d'un projet (et non d'un produit) qui se construit, qui se mûrit dans le « temps du quotidien », depuis *l'enfance et dans lequel on rentre doucement, pas à pas*. Ainsi, avant même le rite de passage, c'est une expérience, un projet qui demande de faire des choix dans sa vie quotidienne.

Ce dépassement de la rupture temps libre et temps du quotidien passe aussi par la persistance de cette expérience de retour chez soi (mais n'est-ce pas aussi le cas des enfants qui vont pour la première et dernière fois de leur vie rencontrer Mickey pour "de vrai" ?). En effet, une pratiquante estime que cette expérience « *reste comme une empreinte indélébile* ». Et au-delà de l'accomplissement sportif, un autre pratiquant pense qu'une « *beauté intérieure (...) est aussi retenue. Enfin, pour un autre* », l'itinérant au long cours ne pourra pas espérer le même quotidien à son retour puisque « *chaque journée (l)'a transformé* ». En arrêtant là la démonstration, nous pourrions conclure que l'itinérant pédestre au long cours, bien que brouillant les temporalités entre temps "libre" et temps du quotidien par l'introduction d'une dimension (ou du moins une volonté) éthique dans la vacance des valeurs, donne à voir une pratique moderne du Partir. C'est à dire un partir avec un grand P, partir pour vivre son expérience initiatique déconnectée de la société. Mais est-ce vraiment le cas ?

Mais loin de considérer son voyage comme une rupture, l'itinérant au long cours reprend certaines caractéristiques post-modernes du Backpacker (COHEN, 2004) comme « la diminution de la séparation avec le chez soi ». En effet, les Via alpinistes oscillent entre connexion et déconnexion. Ainsi sortir son « *téléphone pour laisser un message audio* » peut devenir un geste du quotidien. Et loin de se lasser de ces messages, ces « *mots les accompagnent souvent dans la montagne !* » Plus que repoussés les amis sont donc les *bienvenus* et une soirée avec eux « *sèche toutes les pluies et fait vite oublier les journées solitaires* ». Autrement dit ces temps particuliers sont vécues comme respiration ou source d'énergie dans son quotidien de l'ailleurs. « *Diminution de la séparation avec le chez soi, Repères familiers dans la sphère quotidienne* » sont autant de constats qui permettent de nuancer l'idée de Partir avec un grand P et de rupture avec un grand R.

De la dialectique ici/ailleurs au quotidien de l'ailleurs

Dans une logique dichotomique plaçant l'expérience du voyage dans l'ailleurs, l'ailleurs est considéré comme l'endroit où l'on peut entre autres revendiquer le *droit à la paresse*

(LAFFARGUE d'après BOYER, 2002). L'itinérance récréative moderne s'inscrit en faux contre cette dichotomie puisqu'elle tend à valoriser *l'effort, l'exploit, le dépassement de soi et la conquête de la nature* (CORNELOUP, 2010). Or, les récits d'expérience donnent à voir une pratique qui certes demande « *le goût de l'effort, la passion de la montagne, la volonté, la détermination* » mais parallèlement c'est bien « *une vraie partie de plaisir, de sublime journée* » qui sont retenus et mis en exergue. L'itinérance récréative affichée par les Via Alpinistes propose donc une double couche d'arrangements de la dialectique ici-ailleurs. L'ailleurs n'est pas uniquement vu comme *l'endroit de la paresse* mais la non oisiveté des itinérants, loin d'être considérée uniquement comme une contrainte laborieuse, est aussi valorisée comme faisant partie du plaisir inhérent à cette pratique.

Si « l'exotisme exprime à l'état paroxystique, tout ce qui fonde l'imaginaire touristique » (AMIROU, 1994), BOURDEAU (2003) a constaté dans l'univers des sports de montagne que le « caractère binaire de l'opposition ici-ailleurs peut être largement relativisé et que de multiples transgressions spatiales, territoriales et géo-culturelles contribuent à l'émergence d'un continuum entre espaces urbains et espaces de nature. » Ces transgressions sont-elles perceptibles dans les récits d'expériences des itinérants au long cours ?

Les récits d'expériences montrent qu'une série d'habitudes se crée dans ce qui pourrait être considéré a priori comme l'ailleurs (i.e. le chemin). Sans doute est-ce la durée d'une telle expérience qui permet de prendre *son rythme de croisière*, dont « *parler seul sous sa tente, perdre son chemin, installer sa tente, les réveils à l'aube pour déjeuner face au lever du soleil, etc* ». sont autant d'éléments quotidiens de ce nouveau « ici ». Et le retour au présumé « ici » est ressenti comme un *choc* où *tout semble étonnant*. Ainsi loin de retrouver son petit monde et ses habitudes, « *retrouver la civilisation ou plutôt le monde moderne* », demande pour certains itinérants au long cours une phase d'adaptation vers l'ici du quotidien qui a perdu sa familiarité. Ainsi, durant ces quelques mois d'itinérences récréatives, les repères sont ceux du monde récréatif et l'ailleurs devient le chez soi, l'altérité et l'exotisme sont dans l'ici. Ce constat trouve un écho dans un témoignage vu dans un Carnet de voyage de l'émission *Envoyé Spécial* : un jeune homme revenant d'un périple vélo de plusieurs mois en Amérique Latine, déclaré ne pas vouloir se faire « téléporter » en France. Afin d'éviter cet écueil, il a préféré réaliser son retour en cargo et non en avion. Au delà de l'aspect écologique, l'important pour cette personne était que ce mode déplacement choisi, transforme la durée du retour à plusieurs semaines au lieu de quelques heures et donc laisse le temps d' « atterrir en douceur ».

Dans la continuité de ces brouillages de la dialectique ici-ailleurs, nous pouvons constater chez les Via Alpinistes une certaine altérité familière. En effet à un certain quotidien de l'ailleurs s'ajoute une banalisation de l'extraordinaire. Ainsi, « *les bivouacs très sauvages, les baignades dans les lacs ou ruisseaux* » sont de l'ordre du quotidien.

Les 13 récits d'expérience des Via alpinistes que nous venons d'analyser, mettent à mal une itinérance récréative qui pourrait rimait avec Partir, Ailleurs, En nomade. En effet, les arrangements mis en exergue, recomposent une dualité entre un ici qui rimerait avec quotidien, travail et codes sociaux et un ailleurs rompant avec le quotidien notamment par le dilettantisme et l'abandon de certaines valeurs qu'il supposerait. Ainsi, certains fondements classiques ou plutôt modernes de la pratique touristique sont ici questionnés : l'ailleurs, la consommation, l'authenticité, la rupture, l'exotisme, la rapidité, la destination... ce qui interroge les frontières des pratiques touristiques. Est-ce le simple effet de la durée de la pratique où peut-on constater des arrangements équivalents dans des contextes et des modalités de pratiques différents ?

L'insuffisance d'une vision dichotomique : Les Via Alpinistes ne sont pas les seuls !

Aux arrangements révélés par cette analyse des récits d'expériences des itinérants pédestres au long cours peuvent s'ajouter ceux proposés par d'autres pratiques contemporaines. En effet, les itinérances de proximité proposent d'associer l'aventure, la découverte, l'inconnu à des lieux proches, connus et balisés. Les New-Age travellers, quant eux bien qu'étant en rupture sociale se regroupent en communauté régis par des codes à respecter et des lieux à ne pas manquer. Enfin, les itinérances militantes introduisent de la valeur travail et de revendications militantes dans une pratique récréative. Nous proposons de réunir cette série d'arrangements dans le dépassement de trois dichotomies classiquement retenues pour séparer pratique touristique et vie "de tous les jours" : lieu de vie-lieu récréatif, quotidien-hors quotidien, valeurs des vacances-vacances des valeurs. Comment dès lors proposer une grille de lecture de ces pratiques ? Quel est l'apport de nouveaux cadres de lecture tel que l'après tourisme ?

Dichotomie dépassée	Pratique récréative concernée	Arrangements proposés
Lieu de vie-lieu récréatif	Itinérances de proximité	Découverte dans des lieux connus et balisés
	Itinérances au long cours	L'étrangeté de « l'ici » et l'altérité familière
Quotidien-hors quotidien	New Age Travellers	Pratique récréative, comme mode de vie (non temporaire) et en rupture sociale mais avec des codes à respecter et des lieux à ne pas manquer
	Itinérances au long cours	Quotidien de l'ailleurs et familiarité de l'extraordinaire
Valeurs des vacances-Vacances des valeurs	Itinérances militantes et itinérances au long cours	Revendication militante ou simplement d'une certaine « utilité » dans une pratique sans opposition définitive ni déracinement total mais un éloignement temporaire

Tableau 2 : Pratiques récréatives contemporaines : dichotomies dépassées et arrangements proposés (BERTHELOT, 2011)

IV. Dichotomies dépassées et arrangements proposés : l'apport de l'Après-tourisme

Apport de l'après-tourisme

Ce que BOURDEAU (2011) appelle *après-tourisme* est le regroupement d'au moins trois modalités « mutantes » d'un tourisme au premier degré né avec la Modernité et notamment basé sur les dichotomies précédemment évoquées entre ici-ailleurs, lieu de vie-lieu récréatif, quotidien-hors quotidien, valeurs des vacances-vacances des valeurs (cf. figure 1). Ces modalités sont celles du post-tourisme, de l'hyper-tourisme et du trans-tourisme et sont considérées comme des « transformations, déclinaisons ou avatars du fait touristique ». Le post-tourisme est, ici, pensé dans le sens de URRY (*op. cit.*) i.e. issu de la post-modernité. L'hyper-tourisme est issu de l'hyper-modernité telle que proposée par LIPOVETSKY (2006). Il constituerait un tourisme moderne puissance 10 en accentuant « l'utopie et l'uchronie de l'insularité et de l'altérité touristique à grand renfort d'équipements ultrasophistiqués portés par une inflation instrumentale » (BOURDEAU, *op. cit.*). Enfin, le trans-tourisme est à rapprocher de la trans-modernité telle que l'a notamment développée Dussel (1992). Il « regroupe des pratiques et représentations de la récréation marquées par un volontarisme éthique (...) et une recherche de cohérence existentielle, basées sur l'hybridation de l'univers récréatif avec la vie quotidienne, l'agriculture, le patrimoine, l'art(isanat), l'éducation, le développement personnel et même la spiritualité. » (BOURDEAU, *op. cit.*)

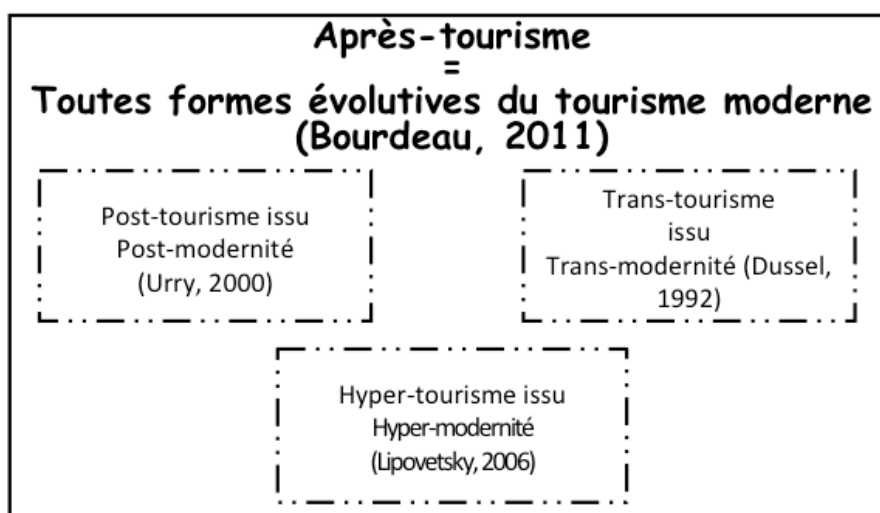


Figure 1 : L'après-tourisme d'après Bourdeau (2011)

Dans ce cas, le parti pris est d'intégrer dans la notion d'après-tourisme toutes les formes induisant une évolution du tourisme moderne. De ce fait, des pratiques telles que les croisières en paquebot de luxe qui exacerbent l'uchronie et l'utopie touristique se voient classées aux côtés des pratiques qui en proposent le dépassement. On pense notamment aux pratiques décrites précédemment (Itinérances de proximité, Itinérances au long cours, New Age Traveller et Itinérances militantes). Autrement dit alors que les premières restent dans la continuité d'un jeu dichotomique (ici-ailleurs, lieu de vie-lieu récréatif, quotidien-hors quotidien, valeurs des vacances-vacances des valeurs), les secondes comme nous l'avons montré en présentent des arrangements (découverte dans des lieux connus et balisés, l'étrangeté de « l'ici », l'altérité familière, pratique récréative comme mode de vie, quotidien de l'ailleurs, pratique récréative et militantisme, etc.). Ainsi, afin de participer à ce « "chantier" conceptuel » (BOURDEAU, op. cit.), nous proposons de "restreindre" la notion d'après-tourisme aux formes qui rendent perméables les frontières du champ récréatif i.e. aux pratiques de l'ordre du post- et du trans-tourisme. De manière induite l'hyper-tourisme s'en trouve exclu puisque que nous considérons qu'il concerne des évolutions d'un autre ordre. En effet alors que les premiers prennent en compte les pratiques qui proposent et interrogent l'utopie et l'uchronie touristique, le second est un cadre d'analyse pour les pratiques qui exacerbent cette utopie et uchronie. (cf. figure 2)

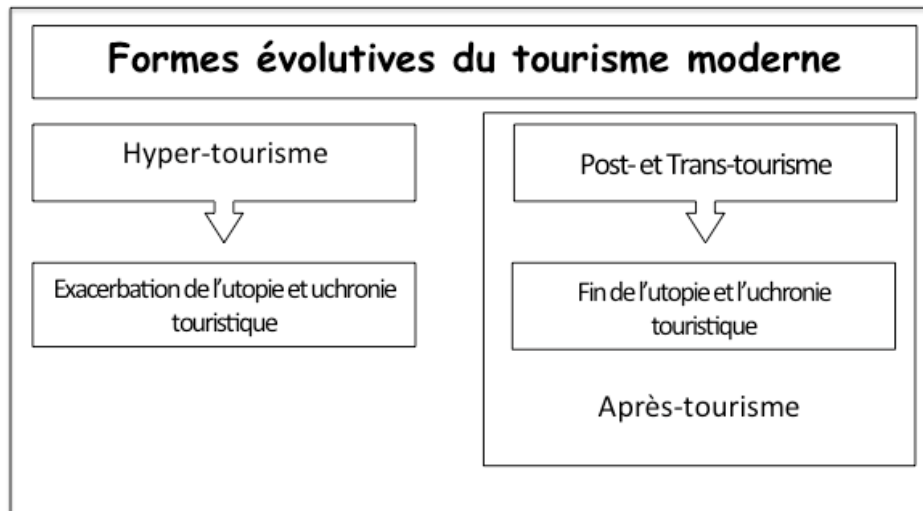


Figure 2 Proposition de distinction entre hyper-tourisme et Après-tourisme

Dés lors ce cadre et ses propositions d'évolutions posés, une grille de lecture basée sur la notion d'après-tourisme permet d'élargir le prisme d'observation des arrangements constitutifs de certaines pratiques récréatives contemporaines. Si la notion de post-tourisme permet d'appréhender la *ré-introduction de la découverte dans les pratiques itinérantes de proximité voire urbaines, le mixage entre pratique récréative et mode de vie*), cette grille de lecture plus englobante permet notamment d'intégrer dans le champ d'observation les arrangements inhérents aux itinérances au long cours .

V. Conclusion

L'entrée par le récit et donc par l'intentionnalité des itinérants en long cours nous a permis de déconstruire une vision de l'itinérance pédestre basée sur le *Partir, Ailleurs, En Nomade*. Plus qu'une pratique de rupture nous avons vu qu'il s'agit d'une pratique de l'entre-deux. Pratique qui propose des arrangements entre ces dialectiques classiquement retenues pour la décrire. Ces récits d'expérience mettent donc en avant une relation plus complexe avec l'ici, le quotidien et les lieux traversés.

De plus, nous avons que loin d'être la seule pratique récréative à proposer de tels arrangements, les itinérances militantes, de proximité ou encore les pratiques des New Age Traveller viennent elles aussi perturber une vision dichotomique. Et plus particulièrement aux oppositions entre Lieu de vie-lieu récréatif, Quotidien-hors quotidien, Valeurs des vacances-Vacances des valeurs, classiquement utilisées pour décrire les faits touristiques, se sont autant d'arrangements qui sont proposés. Pour n'en citer que quelques-uns on peut ré-évoquer la découverte dans des lieux connus et balisés, l'étrangeté de « l'ici » et l'altérité familière, le quotidien de l'ailleurs.

Ainsi, le champ des pratiques récréatives que nous avons exploré repousse encore plus loin les

nouvelles (?) frontières du tourisme (REAU, 2007) pour parfois en proposer le dépassement. Or, nous avons montré qu'une grille de lecture basée sur la notion après-tourisme semblait utile pour saisir ces arrangements constitutifs des pratiques contemporaines évoquées. Nous avons donc proposé un premier pas de côté nécessaire à la construction de cette nouvelle grille de lecture. Mais il existe encore tout un chemin à parcourir afin de mieux cerner la "trace" laissée par ces pratiques récréatives. Pratiques qui telles les pratiques nomades, sont loin de ne faire que passer sur les territoires traversés (GAGNOL, 2009).

Et au-delà des pratiques itinérantes, loin d'avoir épuisé le champ des pratiques contemporaines qui propose de tels arrangements, l'analyse pourra être poursuivie et affinée à travers des pratiques tels que le Couchsurfing, le Woofing, les migrations d'agrément et bien d'autres encore.

Bibliographie

AMIROU R., « *Le tourisme comme objet transitionnel.* » *Espaces et Sociétés*, no 76, pp. 149-164, 1994,.

AMIROU R., *Imaginaire touristique et sociabilités du voyage*, PUF, 1995.

BERTHELOT L., TOLLIS C., « *Partir, Ailleurs, A pied - Revisiter les fondamentaux de l'itinérance pédestre au long cours. Retours d'expériences sur la Via Alpina (Arc Alpin) et le Pacific Crest Trail (USA).* », *Colloque international « itinérance des profondeurs »*, 2010.

BOURDEAU PH., *Territoires du hors-quotidien- Une géographie culturelle du rapport à l'ailleurs dans les sociétés urbaines contemporaines. Le cas du tourisme sportif de montagne et de nature*, Rapport de diplôme d'habilitation à diriger des recherches, Université Joseph Fourier-Grenoble 1, 2003.

BOURDEAU PH., « *Le tourisme réinventé par ses périphéries ?* », ouvrage CIEP, 2011.

BOYER M., « *Comment étudier le tourisme ?* », *Ethnologie française* (Vol. 32), pp. 393-404, 2002.

BRUNET R., *Les mots de la géographie*, 2003.

BURGELIN O., *Le tourisme jugé*, Communications, persee.fr, 1967.

COHEN E., « *Backpacking : diversity and change* » in RICHARD G., WILSON J. (dir.), *The global Nomad – Backpacker travel in Theory and Practice*, *Tourisme and cultural change*, channel view publications, pp.43-59, 2004.

CORNELOUP J., MAO P., *Créativité et innovation dans les loisirs sportifs de nature - Un autre monde en émergence*, Editions du Fournel, L'argentière La Bessée, 2010.

DUSSEL E., *1492, L'occultation de l'autre*, 1992.

GAGNOL L., *Pour une géographie nomade. Perspectives anthropogéographiques à partir de l'expérience des Touaregs Kel Ewey (Aïr-Niger)*, Thèse de doctorat en Géographie, Université Joseph Fourier, Grenoble 1, 723p. , 2009.

GAUGUE A., « *Plaisanciers au long cours* », *Colloque international « itinérance des profondeurs »*, 2010.

LAPOMPE-PAIRONNE L., *Tourisme de masse et tourisme alternatif. Une approche du tourisme par les pratiques. L'exemple de la randonnée en Languedoc-Rousillon*, Gay JC (dir.), Thèse de Géographie, Université Nice-Sophie antipolis, 2008.

LIPOVETSKY G., *Les temps hypermodernes*, Grasset, 2006

LUSSAULT M., *L'homme spatial. La construction sociale de l'espace humain*, Seuil, 366p., 2007.

MAFFESOLI M., *Aspects juridico-politiques « Débats publics » sur la Post-modernité*, Séminaire Sectes et Laïcité, 2003-2004.

MIAUX Sylvie, « *L'expérience de l'itinéraire des chemins de saintjacques-de-compostelle, un autre rapport du sujet au lieu* », *espaço e cultura, uerj*, n° 21, pp.101-108, janvier 2007.

REGULA A. E., *Experience and Place on the Appalachian Trail*, AAG, 2010.

TESSON S., *Eloge de l'énergie vagabonde*, Edition des Equateurs, 228 p., 2006.

TOLLIS C., « *Esprit communautaire et gestion partagée : rencontre les randonneurs longue distance du Pacific Crest Trail, aux Etats-Unis* », in *Itinérance, du Tour aux Détours – figure contemporaine des pratiques récréatives de nature*, Fournel, Collection « sportsnature.org », L'Argentière-la-Bessée, pp. 167-177, 2008.

URBAIN JD, « *Des mobilités dans tous leurs états...* », *Correspondances*, bulletin d'informations scientifiques, N° 64-65, pp3-7, 2001.

URBAIN JD, *Les vacances*, Cavalier Bleu (le), 128 p., 2002.

URRY J., *Sociologie des mobilités – Une nouvelle frontière pour la sociologie ?*, Armand Colin, 253 p., 2005.

1.8. Le tourisme : concepts et méthodes à la croisée des disciplines

Suivi des touristes chinois dans le tourisme rural par l'observation participante d'un doctorant étranger en géographie: enjeux et méthodes

Monitoring of Chinese tourists in rural tourism with participant observation by a foreign Phd candidate in geography: issues and methods

Emmanuel VERON

Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne

Emmanuel Véron (emmanuel.veron@yahoo.fr) est doctorant contractuel enseignant à l'Université Paris 1 Panthéon Sorbonne et à l'UMR 8586 Prodig-Cnrs. Il prépare une thèse sur le tourisme rural à la périphérie de Shanghai. Ces champs de recherches portent sur la périurbanisation, la métropolisation, le tourisme rural et intérieur chinois, le développement local et rural, plus largement, il travaille sur les nouveaux rapports ville campagne en Chine et mondes chinois.

Résumé

Le suivi des groupes organisés de touristes et de l'individu dans son itinéraire de découverte par les pratiques touristiques apparaît comme recours incontournable à l'analyse de l'expérience touristique. L'observation participante dans le large champ de recherche n'est autre qu'une adaptation méthodologique à une situation particulière du travail de thèse. Le biais de l'étrangeté de faire une recherche en Chine est peu analysée, alors qu'elle est particulièrement décisive dans les relations. La question de la relation à l'autre en tant qu'individu ou inscrit dans un groupe qui se définit par une action au but commun, est au cœur de l'action méthodologique, en termes de biais, mais aussi de stimulation d'interactions. Nous en viendrons à discuter de l'outil méthodologique et des interactions produites.

Mots-clés : Chine, Etranger, Méthodologie, Observation participante, Touriste.

Abstract

The monitoring of tourist organized group seems important to analyzed tourism experience. The participant observation is one methodology adaptation depending on the research situation. To be a foreigner in China is a bias. And there is few studies about it. The question of the relationship with the other as an individual or registered in a group that is defined by an action at common purpose, is at the heart of the action methodology, in terms of bias, but also for stimulating interactions. We come to discuss the methodological tool and interactions occurred.

Key-words : China, Foreigner, Methodology, Participant observation, Tourist.

I. Introduction

Le tourisme intérieur chinois, thématique encore peu analysée dans les sciences humaines de langue française semble être aujourd'hui pris d'une voie de maturation et de diversification sur l'ensemble du territoire chinois. L'attrait récent des citadins pour une mobilité à la campagne (comme « désirs d'ailleurs »), le temps d'un week-end ou de congés, donne de nouvelles perspectives en géographie du tourisme, des loisirs, mais particulièrement dans de nouveaux rapports ville-campagne, jusque là inconnus en Chine, signalant de nouvelles perceptions d'une société en pleine mutation. Par le biais d'un travail de thèse sur le tourisme rural en Chine, à la périphérie de la métropole de Shanghai, nous en venons à expliciter puis à justifier et enfin remettre en question nos choix méthodologiques pour l'enquête.

Le procédé méthodologique de l'observation participante très usité en sociologie, l'est de plus en plus en géographie. Elle est devenue un recours méthodologique quasi incontournable pour extraire et construire une réalité géographique quelconque. Les limites de l'action de participation ainsi que ses modalités apparaissent mal dans le travail du chercheur. Qu'est-ce que l'on appelle participation du chercheur ? Nous tenterons d'en expliciter la démarche et ses différentes phases, par le suivi de touristes chinois dans leur voyage à la découverte de village ou de parc récréatifs dans les périphéries de la métropole shanghaienne. Il ne s'agit pas ici de faire l'exposer dans les détails des résultats d'enquêtes obtenus au cours de différentes missions de terrain, mais bien de montrer quels outils méthodologiques nous utilisons pour la construction d'un savoir scientifique, dans le contexte du travail de thèse en géographie. Nous montrerons les différentes étapes de l'observation participante des pratiques spatiales des touristes chinois.

Nous reviendrons sur la validité de cet outil d'enquête et apporterons un retour d'expérience quand à l'objectivité et la part de subjectivité que l'observation induit. Les résultats scientifiques en dépendent. Nous devons en tant que chercheur se poser les questions de théorie, de causalité, de validité et de fiabilité de nos observations et informations recueillies. Ceci est envisagé comme élément de réponse à l'étude de l'expérience touristique et de l'observation des interactions provoquées ou induites par les pratiques touristiques. Ce travail nous permet une réflexion sur la place de l'individu entre culture et politique. Ce modeste texte nous amène à considérer la place du jeune chercheur en tant qu'individu à part entière faisant objet d'étrangeté et d'altérité dans un groupe culturo-politique homogène et soudé par cette même intrusion.

Notre texte est structuré en trois temps. Nous explicitons notre choix méthodologique comme réponse à l'acquisition de données tangibles répondant à la problématique de notre travail de thèse, puis dans un second temps nous montrons les interactions induites par la méthode, puis enfin en troisième partie, nous revenons sur ces frictions créatrices de résultats originaux, nous menant à réfléchir sur l'utilisation d'un tel outil méthodologique, tant dans la viabilité scientifique des résultats que dans la pertinence du rapport humain du chercheur dans son expérience d'enquête.

II. Le choix méthodologique de l'observation participante

Le choix d'enquête est primordial quand à l'établissement de résultats. Pour illustrer notre choix méthodologique, nous expliquerons brièvement l'utilisation de l'outil d'observation participante ; pourquoi et comment nous l'utilisons dans notre terrain d'étude, la Chine.

L'héritage de nos pères, l'observation participante comme méthode d'enquête

Il est vrai qu'en science sociale en général, et dans notre discipline qu'est la géographie nous expérimentons peu. Le corpus méthodologique de l'observation participante est large. Il est le fruit de plus de soixante dix années de réflexions, d'analyses et d'utilisation dans le champ des sciences sociales et humaines.

Jean-François Staszak dans le dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés définit l'observation comme l'examen empirique *in situ* d'un phénomène ou d'un processus afin d'en acquérir une connaissance. Dans le cadre du raisonnement inductif qui fonde l'empirisme naïf, l'observation est la phase première de la démarche scientifique. L'observation diffère de l'enquête ou de l'entretien en ce que l'observateur est supposé être passif et totalement extérieur à son objet. (Staszak, 2003, p. 676-677). Nous avons en héritage les travaux précurseurs de Bronislaw Malinowski en ethnologie.

L'observation participante est parfois décrite comme peu structurée en termes méthodologique, elle laisse le libre court au chercheur de son acte d'observateur sur son terrain d'études (Soulé, 2007).

Selon Platt (1983), c'est vers la fin des années 1930 que l'expression « observation participante » semble faire son entrée dans son acceptation actuelle, en tant que technique de recherche dans laquelle le sociologue observe une collectivité sociale dont il est lui-même membre. Le chercheur se fait dès lors l'étudiant d'acteurs sociaux, par l'entremise d'une interaction de longue durée avec eux (De Sardan, 2001).

Questions de méthodologie et de scientificité

L'observation fait partie intégrante des méthodes d'enquêtes. Nous entendons par enquête, la production d'un matériau empirique pour la recherche. Le terme d'enquête désigne la séquence de production de ce matériau empirique mais aussi, par extension, le matériau sur lequel se fonde une recherche. Si l'apport des sciences sociales réside principalement dans le fondement et la pertinence empirique des interprétations du monde qu'elles proposent, on comprend d'emblée l'importance qu'elles accordent à l'enquête. (Haegel, 2003, p 312).

Pourquoi le recours à l'utilisation de l'observation participante ? Il n'y a certainement pas une, mais des formes d'observations participantes dans le champ de recherche des sciences sociales. L'emploi très fréquent de l'observation participante en sciences sociales, mais surtout dans les disciplines sociologiques ou anthropologiques, est plus récent en géographie. Cela souligne le croisement des disciplines, mais aussi le nécessaire décloisonnement des formes d'analyses des sociétés humaines et de l'espace qu'elles construisent. L'observation participante est le fruit depuis plus de deux décennies de recherches en science sociales de discours scientifiques montrant que ces délimitations sont floues, que son caractère est très général en ce qui concerne sa démarche; enfin, la séduction opérée par ce terme alternatif et l'effet de mode même, parfois évoqué, semblent constituer un élément explicatif non négligeable (Soulé, 2007 ; Lapassade, 2001 ; Delaporte, 1993).

L'observation participante est un processus progressif composé de phases et de stratégies d'intégration. Elle peut être périphérique, active ou complète selon le degré d'intégration du chercheur. L'observation participante implique de la part du chercheur une immersion totale dans son terrain, pour tenter d'en saisir toutes les subtilités, au risque de manquer de recul et de perdre en objectivité. L'avantage est cependant clair en termes de production de données : cette méthode permet de vivre la réalité des sujets observés et de pouvoir comprendre certains mécanismes difficilement décryptables pour quiconque demeure en situation d'extériorité. En participant au même titre que les acteurs, le chercheur a un accès privilégié à des informations inaccessibles au moyen d'autres méthodes empiriques (Soulé, 2007).

Dans son acception la plus large, le terme d'observation participante décrit une forme d'observation lors de laquelle le chercheur « annonce la couleur ». Il est alors connu en tant qu'observateur extérieur, de la part des membres de la collectivité au sein de laquelle il évolue : le risque sous-jacent est de générer des changements artificiels de comportement; un avantage non négligeable est de ne pas soulever de problèmes d'ordre éthique. Le degré de participation constitue un autre élément central de différenciation entre les formes

d'observation participante (De Sardan, 2001), ainsi qu'un objet central de débat épistémologique : comment concilier la nécessité méthodologique de l'implication dans la vie d'un groupe avec le recul et la mise en perspective nécessaires au rôle de chercheur.

L'application de l'observation participante dans notre suivi des touristes chinois

Le terrain²⁶ en tant qu'entité spatio-temporelle où le chercheur va mettre en œuvre sa démarche scientifique pour construire un savoir, est différent selon les chercheurs travaillant sur une même question ou encore selon les aires culturelles du monde. Notre travail s'inscrit en République populaire de Chine. Les travaux en sciences sociales de langue française sur le tourisme en Chine sont peu nombreux (David, 2007 ; Taunay, 2009 ; Guyader, 2009). Par conséquent les méthodes entreprises par les chercheurs sont celles utilisées pour l'aire culturelle.

Nous interrogeons les pratiques spatiales touristiques et les comportements qui en émanent. Ce tourisme intégré au tourisme intérieur chinois plus général correspond aux logiques métropolitaines en termes de diffusion spatiale des activités, des pratiques et des aménagements touristiques. Pour cela le suivi des touristes dans leurs itinéraires nous est un moyen d'enquête largement encouragé par nos pères et par des collègues chinois travaillant sur des questions similaires.

L'utilisation de ce type de méthode nécessite notre capacité à être immergé dans un groupe chinois dont la culture est éloignée de la notre. Nous cherchons à comprendre le choix et le goût des pratiques touristiques des chinois et des trajectoires du tourisme intérieur en Chine. Le suivi des touristes et l'observation en prenant part aux activités les plus diverses soient elles sont incontournables quand à la compréhension et à la construction du savoir géographique.

Le nombre de groupe de touriste suivi n'excède en général par 35 à 40 personnes. Le plus souvent nous suivons des groupes de 20 à 30 touristes.

Dans notre situation, l'inscription au groupe touristique est immédiatement faite. Il s'agit d'un

²⁶ Le terrain est défini comme une entité, ceci en référence à ce qu'écrit Anne Volvey. Le terrain est une entité spatio-temporelle et une instance épistémique où se manifeste l'attitude empirique d'un chercheur dans sa tentative d'établissement de faits scientifiques. Méthodes directes d'appropriation et de construction intellectuelles d'un objet scientifique, elles posent la question politique et morale du résultat cognitif et discursif de terrain. Porteuses à la fois d'une intension d'intelligibilité, d'une efficacité opérationnelle et d'une stratégie institutionnelle, elles sont les cibles de la réflexivité scientifique et de la conscience résidente ou enquêtée. (Volvey, 2003, p. 904-905).

touriste étranger au sein d'un groupe de touristes chinois venant en Chine pour découvrir des sites touristiques aménagés, ici en l'occurrence voir la campagne chinoise périphérique à la métropole de Shanghai. Notre terrain de thèse couvre un territoire large, métropolitain, répondant aux logiques des déplacements touristiques. Il correspond au bas-Yangzi, soit la municipalité de Shanghai, la partie méridionale de la province du Jiangsu et de la partie septentrionale du Zhejiang, et enfin la partie sud de la province intérieure de l'Anhui. Les déplacements touristiques peuvent s'étendre jusqu'à 300 kilomètres dans une seule journée de tourisme. Notre présence va rapidement soulever des interactions (Véron, 2010).

III. Les phases de l'observation et la stimulation d'interactions ou intrusion d'étrangeté dans un groupe homogène

Nous ne pouvons nous en tenir à la simple observation. Le contexte nous amène à participer aux activités que les touristes chinois entreprennent. Nous allons progressivement exposer le déroulement des étapes de l'action participante depuis la prise de contact à la participation directe aux activités avec les individus observés.

La participation entraîne inévitablement des relations de proximité, voire une intimité avec les acteurs d'un terrain. L'observation constitue pour sa part une activité « naturelle » de tout participant. Mais dans son acception académique la plus rigoureuse, elle est supposée s'appuyer sur une mise à distance objectivée de ces mêmes relations humaines.

La prise de contact, l'étranger dans le groupe de touristes chinois

La possession de la langue est une clef indispensable pour l'intégration au groupe.

L'éloignement culturel marque dans les premiers instants. Il peut complexifier les clefs de compréhension, mais aussi attirer la curiosité. Etre étranger constitue à la fois un biais et des difficultés surmontables lorsque l'on rentre dans le monde des codes culturels autres que ce que nous connaissons et ce que nous utilisons (Sanjuan, 2008). Il s'agit d'une mise au point, d'une adaptation progressive à d'autres cohérences et s'habituer à leur logique propre. La constitution d'une carte de visite permettant à nos interlocuteurs de nous situer est une première étape. Il est aussi dans la prise en compte de la connaissance de la langue nationale, voire locale (dialecte shanghaien par exemple).

Par là même, l'interlocuteur qui pouvait se trouver en difficulté pour communiquer, se trouve surpris dans un premier temps que l'on s'adresse à lui dans sa propre langue, puis rapidement est ravi de pouvoir communiquer. La présence d'un étranger au sein d'un groupe de touristes chinois provoque des interrogations. En effet, cette présence peut sembler suspecte, suivant le

cadre perceptif des individus chinois, les touristes étrangers venus visiter la Chine restent entre étrangers.

La prise de contact avec l'étranger se fait la plupart du temps par une exclamation d'un touriste chinois, s'écriant « *un étranger* ». Puis des questions sur l'origine de cet étranger suivent. La question « d'où venez-vous ? » soit en langue chinoise, soit en langue anglaise est le premier pas dans la prise de contact. La réponse en langue chinoise fera la surprise de l'individu, mais aussi des chinois l'entourant. C'est alors que commence notre participation dans l'observation. Rapidement les chinois nous demandent notre origine exacte. La réponse stimule la satisfaction.

L'identification par le titre et le rattachement à une institution chinoise, dans le cadre de notre travail de thèse leur permet de nous situer dans le temps, et dans la société, et ce par rapport à eux-mêmes. C'est une phase primordiale. La constitution au préalable d'une carte de visite est importante pour se faire situer par son interlocuteur. La distribution de cartes au sein du groupe est possible, elle est indispensable lorsque l'on s'adresse à un individu dont les responsabilités professionnelles le suggèrent.

Les moments incontournables de l'immersion et de la sollicitation

Le suivi des touristes chinois commence par la prise de connaissance de l'individu étranger qui part en voyage avec eux.

La sollicitation une fois sur le site touristique est variée, et variable selon les individus. Nous distinguons des moments forts de notre implication dans la participation à des activités touristiques ou de récréations. Cependant trois moments se distinguent de la journée touristique.

- La participation à des jeux, ou des activités. L'exemple de la cueillette de fruits et légumes est le moment important du jeu.
- La prise de photographie est un autre temps, répété et imprévisible. En effet, les touristes chinois aiment être photographiés avec l'étranger. Bien souvent, des touristes chinois se précipitent, dont le contact s'opère uniquement par cette prise photographique.
- Enfin, le moment du repas, et le temps du choix des plats, de la cuisine et de questions sur ce que l'on aime et l'on est capable de manger.

Etre intégré au groupe, clef de la participation active

La participation entraîne inévitablement des relations de proximité, voire une intimité avec les acteurs d'un terrain. Les moments de sollicitation se font vivement sentir comme des moments de tests. Finalement, comment l'étranger procède pour telle ou telle opération.

A chaque action de sollicitation, l'individu chinois demande s'il y a équivalence de l'acte, de la nourriture, du jeu etc. dans le pays dont l'étranger est originaire.

Le temps de l'implication est court mais est fréquemment renouvelé dans le temps.

Le temps de l'implication dans l'observation participante correspond au temps du voyage, autrement dit, il est le plus souvent le temps d'une ou deux journées, voire de trois ; mais ceci est beaucoup plus rare. En effet, le voyage touristique moyen pour les touristes intérieurs chinois est l'objet d'une journée, suite au développement de formule touristique par les agences chinoises et bien évidemment par le temps libre dont disposent les chinois.

Les touristes chinois de manière très spontanée provoquent l'implication de l'étranger aux activités diverses. La dimension intégratrice du groupe chinois envers les touristes étrangers est importante et quasi systématique.

La mise en participation dans le groupe se produit par un grand nombre de questionnements des touristes chinois à propos de nos connaissances sur la Chine, et particulièrement dans ce que nous appelons la phase active de la sollicitation, qui correspond au moment du repas. Ceci fait l'objet d'une foire aux questions sur notre vie privée, mais aussi sur ce que nous savons de la Chine. Des questions d'histoires, de langue, de géographie, du global au local, le panel est large. Plus nos réponses sont correctes, plus la satisfaction et la proximité avec le groupe est opératoire.

IV. Le retour d'expérience empirique, enjeux et analyses des interactions

Notre présence crée spontanément des frictions, des interactions dans notre travail, mais aussi dans la réalité des choix et comportements des touristes chinois que nous suivons.

Les interactions, processus, formes et gestion

Le biais de l'étrangeté de faire une recherche en science sociale sur le tourisme en Chine est peu analysé, alors qu'elle est particulièrement décisive dans les relations et donc dans les résultats scientifiques obtenus. La question de la relation à l'autre en tant qu'individu ou inscrit dans un groupe qui se définit par une action au but commun, est au cœur de l'action

méthodologique, en termes de biais, mais aussi de stimulation d'interactions.

La prépondérance de l'implication ou de la participation sur l'observation est courante surtout si les individus nous l'ont vu nous sollicitent fortement. C'est dans cette phase que le risque de perdre de la distance avec son terrain est grande.

Georges Lapassade décrit le degré d'implication du chercheur. Le chercheur s'efforce de jouer un rôle et d'acquiescer un statut à l'intérieur du groupe ou de l'institution qu'il étudie. Ce statut va lui permettre de participer activement aux activités comme un membre, tout en maintenant une certaine distance: il a un pied ici et l'autre ailleurs. (Lapassade, 2001).

L'observation issue de phénomène cognitif essentiel à la vie humaine est filtrée par notre être culturel construit et par des cécités biologiques. Tenons en nous à l'aspect culturel. Notre travail d'enquêteur crée des interactions inévitables, nous l'avons vu. Les solutions à la réactivité ne sont pas dans la régularisation, la restriction ou la suppression des interactions sur le terrain. Elles réclament que l'on devienne sensible et réceptif à la façon dont les protagonistes se perçoivent et se traitent les uns les autres. Le chercheur est une source de résultats, non pas de contamination de ceux-ci. (Emerson, 2003, p.410).

Contourner le biais de l'étrangeté comme élément intrusif, parfois source d'exotisme (« être pris en photo dans un site touristique » donne une dimension de satisfaction et d'exotisme pour l'individu chinois), par la maîtrise de la langue, la connaissance approfondie de la Chine, et l'observation participante répétée permet d'être rapidement intégré.

Notre place dans le groupe, notre place en tant que jeune chercheur

Le choix du suivi des touristes dans leur « partie de campagne » nous est nécessaire pour comprendre d'une part la diversité des pratiques touristiques, et d'autre part le comportement des touristes dans leur choix et motivations. Ces notions sont essentielles dans les études sur le tourisme, et par là même en enrichir le corpus méthodologique et celui du savoir sur les études du tourisme (Véron, 2010).

Il n'a pas de grille aux mailles figées donnant la démarche à suivre dans le cadre du suivi des groupes de touristes chinois, et de participer avec eux aux activités de récréations sur le site. Ce suivi doit être suffisamment souple pour rester au plus près des choix et des comportements au sein du groupe ; au risque d'avoir une perte de substance d'information, voire de quitter le lien avec le groupe. Dans ce cas, d'autres outils d'enquêtes doivent prendre le pas pour combler ces lacunes qui sont parfois inévitables. C'est là aussi une réalité à laquelle le chercheur est confronté. Les analyses des procédés méthodologiques en sciences

sociales font état d'une évolution du statut de l'observateur participatif au cours de son action et donc implication au sein de l'acte participatif (Soulé, 2007).

Le chercheur qui se distancie voit son objet « lui glisser des mains »; de l'autre, celui qui accepte une participation de près doit gérer les « risques de la subjectivation » (Favret-Saada, 1977). La réduction de la distance à l'objet laisse en effet davantage de place à la subjectivité, notamment parce que le chercheur nous l'avons vu doit autant, voire davantage participer qu'observer.

De la posture d'émancipation à la démarche dans laquelle le chercheur trouve un équilibre fin entre le détachement et la participation existe une grande diversité d'états. Il propose une approche ressemblant fort à un compromis : être participant et observateur à temps partiel, c'est-à-dire participant en public et observateur en privé.

Notre statut de l'implication minimale à maximale dans la participation dépend de la sollicitation extérieure des touristes chinois, mais aussi notre manière de « gérer » la situation.

Nous l'avons vu, si nous possédons la langue chinoise, la sollicitation au sein du groupe sera importante. L'implication du chercheur est alors maximale. Cependant, notre présence intrusive mais « gérée », peut aussi nous faire sortir à tout moment de la situation.

Révéler qui nous sommes est une nécessité d'ordre éthique. Notre âge, considéré comme jeune et notre statut de doctorant travaillant sur la Chine est une clef d'entrée dans la compréhension de la culture.

L'enrichissement de l'enquête par l'observation participante

L'ensemble des données récoltées lors de l'enquête sont nombreuses. Ce premier constat précède celui de l'ordre et la place des résultats recueillis pour notre travail de recherche.

Notre enquête est le fruit de notre expérience de terrain, mais aussi en tant que chercheur ce que l'on est capable d'en comprendre, puis de transmettre ceci en un savoir scientifique. Le passage de l'observation à l'écriture et à la mise en perspective de ce que l'on observe est une phase délicate, où la subjectivité est susceptible de prendre le dessus.

Un complément indissociable des autres méthodes d'enquêtes que sont les questionnaires et entretiens est nécessaire au travail d'enquête. Par là même, l'expérience que nous retirons de l'observation nous a permis de construire des grilles de questionnaires et d'entretiens.

Le but de cette méthode cherche moins à valider des hypothèses de départ qu'à comprendre la manière dont par exemple une création de valeur a été perçue, des impressions ont été

reçues ou des situations ont été vécues.

Le décloisonnement des champs disciplinaires, pour une universalité des modes opératoires est aussi une clef de compréhension. En effet, la posture que nous avons lors de nos enquêtes ressemble souvent à celle d'un anthropologue, ou d'un sociologue. L'emprunt de méthodes aux autres disciplines des sciences sociales est largement enrichissant, toutefois, le corpus méthodologique, voire conceptuel reste à maîtriser.

L'enjeu est bien là. Que retire-t-on de cette expérience de terrain dans la construction du savoir et de l'échange dans des relations humaines ? C'est ainsi que l'on peut construire un réel outil de connaissance dans ce contexte et dans un second temps, le confronter à d'autres régions géographiques, éventuellement à d'autres thématiques de recherches.

Notre courte expérience de chercheur devra être enrichie par le temps de l'expérience renouvelée dans différents contextes. On ne peut construire une méthode d'enquête de terrain par le simple recours à l'observation participante et de ses divers degrés d'intégration participante. Une méthode de recherche est une véritable construction réflexive qu'il faut en permanence remettre en cause au regard des réalités rencontrées et des dysfonctionnements issus du chercheur et de son comportement durant la période de son « terrain ».

La prise de conscience du passage de l'observation de l'autre, au sens général, à l'observation de relation humaine est un moment où la part subjective est créatrice de connaissance.

L'observation participante permet de construire un cadre de référence pour des entretiens. Cette immersion nécessaire n'est pas uniquement l'objet d'accumulation de données que l'on perçoit, mais aussi de comprendre les représentations des touristes.

La perception que les chinois ont de l'occident est le fruit du poids de l'histoire de nos relations réciproques. Il semble primordial de connaître l'envergure des traces que les générations antérieures nous ont laissées pour envisager l'étude et l'analyse d'un monde qui est culturellement et linguistiquement difficile d'accès. La continuité des travaux doit être opératoire. Les procédés méthodologiques connaissent des évolutions à mesure des générations et des réalités politiques. Nous nous plaçons quelque part comme héritier des générations antérieures, qui même conduisent nos méthodes et influent sur nos résultats. La distance culturelle se fait sentir lors de l'expérience du suivi des touristes chinois ; la compréhension des différences commence par l'expérimentation et la rencontre de l'étranger.

V. Conclusion :

L'enquête se déroule selon trois phases empiriques (l'observation, les questionnaires semi directifs et les entretiens) qui se complètent les unes aux autres, ne suivant pas un ordre chronologique. L'expérience de l'observation participante dans le travail de thèse est une expérience empirique particulièrement riche, certes elle permet le déblocage d'incompréhension du fait de l'éloignement culturel et des représentations qui s'en dégagent, mais surtout c'est une formidable expérience pour la vie humaine qui loin de perdre en scientificité donne une objectivation des résultats au chercheurs. La construction d'une méthodologie répondant aux logiques propres des réalités du terrain est incontournable dans l'établissement, le recueil et l'analyse de données pour le travail de recherche, par là même il en va de la justification du travail du chercheur. L'outil qui nécessite l'immersion est important pour le décodage des codes culturels et la compréhension des comportements à l'œuvre. Cependant, l'impasse ne doit pas être faite sur le temps du décodage, de l'analyse et de la transcription par l'écriture.

Bibliographie

DAVID Béatrice, « *Tourisme et politique : la sacralisation politique de la nation en Chine* », Hérodote, Chine, Nouveaux enjeux géopolitiques, n°125, pp. 143-156, 2007.

DE SARDAN Jean-Pierre Olivier, « *L'enquête de terrain socio-anthropologique* », Enquête, 8, pp. 63-81, 2001.

DELAPORTE Yves, 1993, « *D'un terrain l'autre. Réflexions sur l'observation participante* », Ferveurs contemporaines. Textes d'anthropologie urbaine offerts à Jacques Gutwirth, réunis par Colette Pétonnet et Yves Delaporte, Paris, L'Harmattan (Connaissance des hommes), pp. 321-340.

EMERSON Robert, « *Le travail de terrain comme activité d'observation. Perspectives ethnométhodologistes et interactionnistes* », Dans D. Céfai (Éd.) *L'enquête de terrain*. Paris : La Découverte/MAUSS, 2003.

FAVRET-SAADA Jacques, *Les mots, la mort, les sorts*. Paris : Gallimard, 1977.

GUYADER Frédérique, « *Tourisme de masse et représentations au centre d'articulations identitaires dans le comté de Lijiang (enquête)* », Terrains et Travaux, 2, N°16, pp.77-96, 2009.

HAEGEL Florence, « *Enquête* », pp.311-312, dans LEVY Jacques, LUSSAULT Michel, Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés, Paris, Belin, 2003, 1034 p.

LAPASSADE Georges, « *L'observation participante* », Revue européenne d'ethnographie de l'éducation, n° 1 (1), pp. 9-26, 2001.

PLATT Jennifer, « *The Development of the « Participant Observation » Method in Sociology : Origin Myth and History* », Journal of the History of the Behavioral Sciences, 19, 379-393, 1983.

SANJUAN Thierry, (dir.), *Carnet de terrain et aires culturelles*, Paris, L'Harmattan, 2008.

SOULE Bastien, « *Observation participante ou participation observante? Usages et justifications de la notion de participation observante en sciences sociales* », Recherches Qualitatives – Vol. 27(1), 2007, pp. 127-140.

STASZAK Jean-François, « *Observation* », pp.676-677, dans LEVY Jacques, LUSSAULT Michel, Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés, Paris, Belin, 2003, 1034 p.

TAUNAY Benjamin, 2009, *Le Tourisme intérieur chinois : approche géographique à partir de provinces du sud-ouest de la Chine*, sous la direction de Patrice Cosaert et Isabelle Sacareau, Université de la Rochelle, 471 p.

VERON Emmanuel, *Le tourisme rural à la périphérie d'une métropole émergente chinoise : l'exemple de Shanghai*. Journée d'étude sur les nouveaux temps et lieux des mobilités de loisir en Chine, 6 décembre 2010, à paraître.

VERON Emmanuel, *Le tourisme rural à la périphérie de Shanghai*, 2010, Mémoire de Master 2 sous la direction du Pr. Thierry Sanjuan, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne, 126p.

VOLVEY Anne, « *Terrain* », pp.904-905, dans LEVY Jacques, LUSSAULT Michel, Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés, Paris, Belin, 2003, 1034 p.

DEUXIEME CHAPITRE

Lieux, territoires et espaces touristiques : échelles, production, appropriation

Touristic places, territories and spaces : scales, production, appropriation

Comment les différentes disciplines étudient-elles la production matérielle ou symbolique de l'espace, du territoire et des (hauts) lieux du tourisme ? Comment pensent-elles les relations entre espaces, territoires et pratiques en situation touristique ? Comment les dispositifs touristiques produisent-ils des lieux ? Quelles sont les propriétés et les sociabilités respectives de ces espaces et comment les identifier ? Comment la relation entre ces productions touristiques et les « zeitgeist » (romantisme, orientalisme, globalisation...) se construit-elle ?

La référence territoriale sert en outre à catégoriser des groupes, notamment à travers l'opposition habitants – touristes. Comment le chercheur mobilise-t-il ou à l'inverse se joue-t-il des assignations spatiales catégorisantes ? Comment traiter des espaces de la confrontation, de la contemplation, de la séduction ? Quelles méthodes, quels concepts faut-il mobiliser pour analyser, à plusieurs échelles, mobilités et modes d'habiter ou de cohabiter ?

2.1. La dynamique de l'espace touristique dans les villes post-industrialisées.

Les landmark, les nœuds, les barrières, les chemins et les districts du point de vue des touristes.

Tourism spatial dynamics in post-industrialized cities. Landmarks, nodes, barriers, paths and districts from the tourists' point of view.

Roberto ALBANO

University of Torino

Roberto ALBANO (roberto_albano10@yahoo.it) is PhD in Urban Planning and Local Development at Inter-University Department of Territorial Studies and Planning, Polytechnic and University of Torino, Viale Mattioli 39, 10125, Torino, Italy.

His research is centred on the link between urban development strategies and culture-led regeneration. He works on Cultural Capitals and he is deepening the post events legacies in a wide approach. He works in research with Fondazione Fitzcarraldo (Torino) and he collaborates in teaching at the Faculty of Architecture, Politecnico di Torino.

Abstract

How tourists perceive the public spaces and the network of cities they are visiting? Do the margins, the nodes, the landmarks, the paths and the quarters influence the tourists' experience as they do for the locals and for the inhabitants of places? Are there any differences in defining these elements between the heritage cities and the post-industrial ones?

Through a comparative analysis of two converted cities, chosen as case studies (Torino/Glasgow), this article focuses on the spaces of tourism. It introduces the elements for a dissertation on the role of tourism in this typology of cities between the social and geographical dimension and the transformation of places.

The relationships between tourists and locals, the perception of place, with explicit references at Lynch's Analysis and at the new shape of the cities, where areas are modified for a tourism development that is both leisure and cultural, is the framework where this analysis is deepened.

Figures and maps complete this work.

Keywords: tourism, post-industrial city, culture, urban regeneration, Lynch

Résumé

Comment les touristes perçoivent les espaces publics et le réseau des villes qu'ils visitent? Est-ce que les marges, les nœuds, les landmarks, les chemins et les quartiers influencent l'expérience touristique comme ils le font pour les habitants du lieu? Y a-t-il des différences dans la définition de ces éléments entre les villes-patrimoine et les villes post-industrielles?

Grâce à une analyse comparative des deux villes convertis, choisis comme cas d'études (Torino/Glasgow), cet article se concentre sur les espaces du tourisme. Il introduit les éléments d'une thèse sur le rôle du tourisme dans cette typologie des villes, entre les dimensions sociale et géographique et de la transformation des lieux.

Les relations entre les touristes et les habitants, la perception de la place, (avec des références explicites à l'analyse de Lynch et à la nouvelle forme des villes, où les zones sont modifiées pour un développement touristique qui est à la fois ludiques et culturelles), sont le cadre où cette analyse est développé.

Figures et cartes terminent ce travail.

Mots-clés : tourisme, ville post-industrielle, culture, régénération urbaine, Lynch

I. Introduction

Cities are a place where multiple forms of people, cultures, heritages, attractive factors, flows and ideas are mixed together and co-exist. Several general classifications are proposed, for example among capitals, knowledge and research centres, modern industrial centres, de-industrialized cities, transformation centres (State of the European cities report, 2007). Other classifications are strictly connected with tourism characteristics and facilities (Ashworth, 1992; Page, 1995; Law, 1996,) and they discern between converted cities and historical-heritage cities (Judd and Feinstein, 1999). These several typologies offer to the visitors different supply products composed by the mixture of their tangible heritage (monuments, museums, archaeological sites, urban landscape, etc.) and intangible heritage (atmosphere, folklore, quality of life, etc.) (Dansero, 2006; Guala, 2007). *Heritage* cities (Van der Borg, Costa, Gotti, 1996) are the most attractive, even if converted cities are gaining importance with a new, young and re-shaped tourist supply. Starting from the hypothesis that cities with equal tourism products will never exist, the aim of this research is to define some aspects that are able to enforce the visitors' experience and to observe some criticisms.

This is an empirical observation of the movements of tourists in the two central historic districts, as delimited by local plans, of the converted cities of Torino and Glasgow, cities where the process of physical renewal has been significant in the recent years. In particular, in Torino the movements of tourists in the area identified as ZUCS (Zona Urbana Centrale Storica – Historic Central Area) by local plan has been observed. In Glasgow this observation area is delimited by local plan and it includes City Center (HC), and the area of West End, where the most important tourist pole will be located.

This site-specific analysis has been driven through the lens proposed in the work *The Image of the City* (Lynch, 1960) where distinctive elements of the perception has been identified.

This article is organized as follows: in the first paragraph the link between spaces, tourism and tourists' perception, where occasional places play an important role to define the visitors' experience is shortly described. The second paragraph observes the Lynch's elements in the core districts of Torino and Glasgow and finally some wide conclusive remarks, reflections and suggestions are proposed. The images are a fundamental section of the article, explaining all the locations and the places described in the following paragraphs.

II. Cities as a mixture of places of attraction: the elements of the analysis

The starting point is that the city of the tourists can not only be limited to those places built to be attractive or to those places converted to be part of tourist itineraries. The city, at least the converted city, is a mixture of *activity places*, where the attractiveness of people is a necessary condition to survive, and *leisure settings*, where the attractiveness is not the primary goal (Jansen-Verbeke, 1988). The interaction between them and between heritage, back region and leisure (Boyer, 1997) generates the complex structure of the city of tourists.

In this research, all the elements mentioned above are interlaced with the classification proposed by Lynch (1960), in his book *The Image of the city*, where the perception of the city passes through landmarks, nodes, paths, districts and barriers.

Urban spaces are not monolithic, static and undifferentiated (Page, Hall, 2003), but they have a sort of specificity, able to differentiate from the other similar places, and it is shaped also by the cross-crossing of the five elements mentioned by Lynch.

In the core city (Garreau, 1991) it can be observed a city that has to be visited, made of landmarks, nodes, paths, districts and barriers and, in the meantime, a city that is visited even if it has not been built to be visited, made of the same elements. Together they shape the visitors' experience, as it will be deepened in the two cases in the following paragraphs.

III. The structure of the city and the tourists' perception: Glasgow and Torino as case studies

Some of the following considerations emerged by the observation of the case studies but can be enlarged to a wider range of post-industrialized cities.

Looking at the poles of attraction at a metropolitan scale it is possible to identify two different structures, both of them typical of this typology of cities: Glasgow can be described as multipolar and binuclear, the shape of Torino is multipolar and mononuclear (Lozato-Giotart, 2001). In fact, in Glasgow, besides the Core Historic District a second attraction pole is shaping and includes the renewed Transport Museum (Zaha Adid's project), the Kelvingrove Galleries and Museum and the connection between them. The situation of Torino is mononuclear because a single pole exists. All around them the research identifies several attraction poles located in the inner city and that describe them as multipolar systems, where Burrell Collection, Hunterian Galleries, CRM Architectures are located (Glasgow) or where OGR, MAUTO, FSRR take place (Torino). Besides them Torino shows in the edge cities a second attractive ring with several Royal Residences (FIGURE 1).

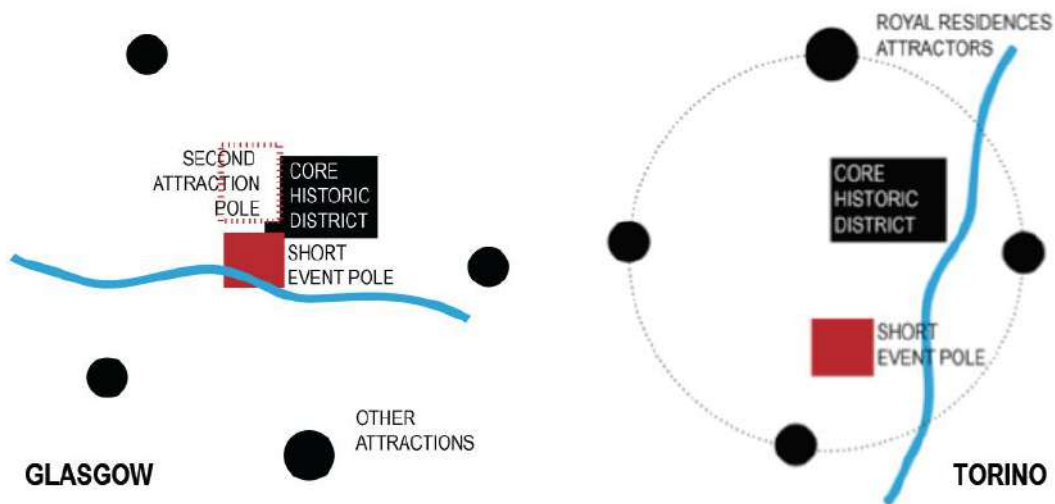


FIGURE 1: A COMPARISON BETWEEN THE SUPPLY SYSTEMS AT A METROPOLITAN SCALE

Focusing on the core cities and starting with identification of the districts, one of the elements of the Lynch's analysis, the lack of a real urban tourism precinct (Griffin, Hayllar, 2008) can be observed. So far, all the spaces are continuously shared between locals and residents (Andereck et al., 2005) and the two populations are still in the phases of apathy and euphoria (Doxey, 1975). This lack of pure tourist precincts is balanced by the presence of several functional districts corresponding to quartiers even separated between them. Both of the cities have the shopping district (and usually it includes some of the main pedestrian paths), the university district, the nightlife district and the economic district (FIGURE 2). The last typology is planned by the cities with precise boundaries and it is located on the Clyde River in Glasgow and next to Porta Susa Station, in Torino. Even if they are at two different building phases, a clear difference is identifiable. ISFD, along the River Clyde (Glasgow) is a strictly mono-functional area, with a low functional *mixite*, instead of Spina 2 (Torino), where shops, residences, infrastructures and offices are deeply interlaced. The nightlife's districts are similar and they are located in beautiful part of the cities, even if usually they do not coincide with the main attractive part of the city centre. The ISFD in Glasgow can be considered the only one-functional precinct in these two cities.



(1)



(2)

FIGURE 2: THE OBSERVATION OF FUNCTIONAL AREAS IN TORINO (1) AND GLASGOW (2)

The shopping district is located in a central position in both cities and includes several shopping streets: the Z of commerce in Glasgow and the T of commerce in Torino, even if a big difference can be highlighted. The central district of the Italian city does not have massive

shopping centre that the city of Scotland has (St. Enoch Shopping Mall etc.).

Besides this, the nightlife districts are dimensionally growing in both city and they are mixed with residential land use in both cases. Merchant city and Quadrilatero Romano have a similar structure, while piazza Vittorio is a high density nightlife district, generating some problems between users and residents (Albano, Dansero, Puttilli, 2010).

Apart from those, Torino and Glasgow, as the majority of post-industrialized cities, built an event quarter (FIGURE 1). It is constituted by buildings used for a special event and re-used as leisure and cultural facilities. Due to the huge dimension of these agglomerations they are located apart from the city centre but they need extremely efficient connections with it, generating new fundamental infrastructural paths.

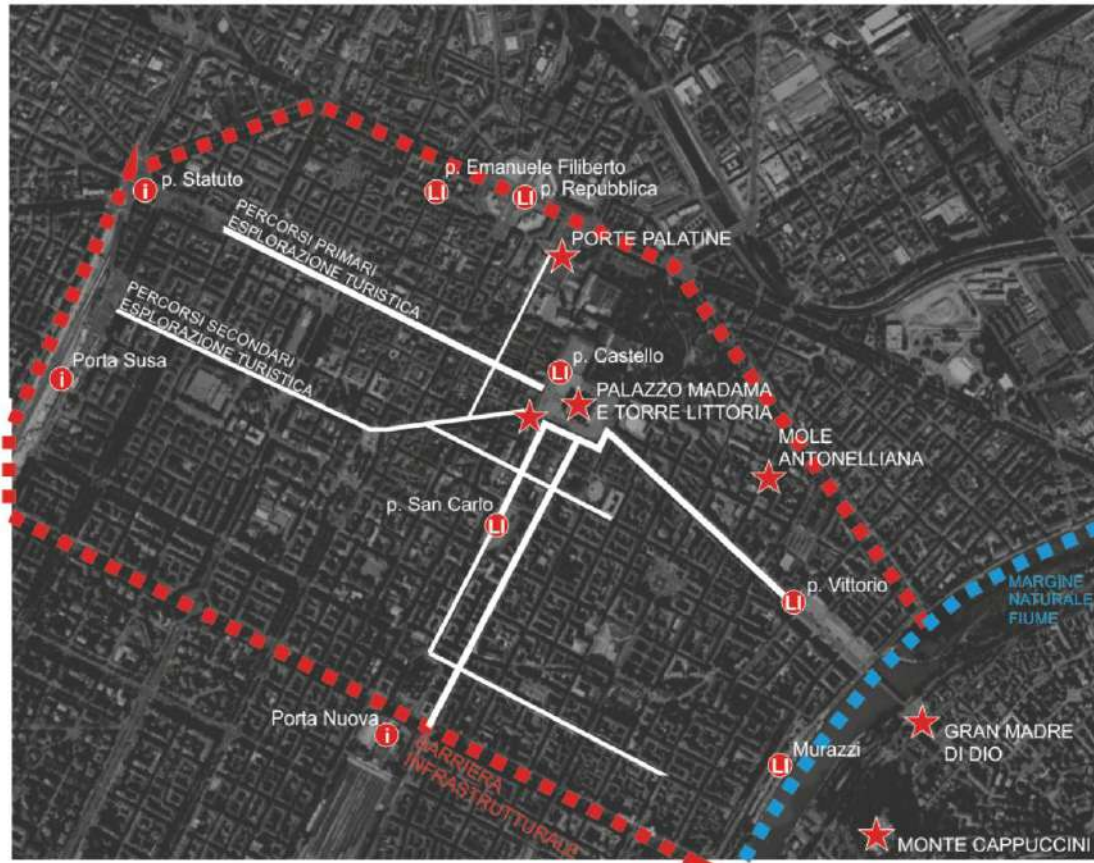
The observation of the *paths* where the tourists walk is strictly linked to the identification of *margins*, *landmarks* and *nodes* (FIGURE 3).

Starting by nodes, it is necessary to divide between infrastructural nodes and Lynch's node, where the aggregative function is prevalent. Stations, bus stations and even some Metro Station can be classified in the first typology; squares, high density places and some crossings are part of the second classification. In Glasgow and Torino there are two important train stations in the city centre and one bus station, even if, in Scotland, it is more structured and it can be considered a real node. The analysis of the Lynch's node is more interesting and derives from a different structure of the areas. The orthogonal and well planned grid of Torino led to a city where several main squares are introduced and they can be identified as *meeting points*. This includes not only the main squares but also some smaller squares. In Glasgow the appearance is different because the role of *meeting points* is assumed by some places that are not real squares, for example the flight of steps in front of Concert Hall, Glebe, or the beginning of the pedestrian part of Sauchiehall. George Square and St. Enoch are the only designed squares similar to the case of Torino.

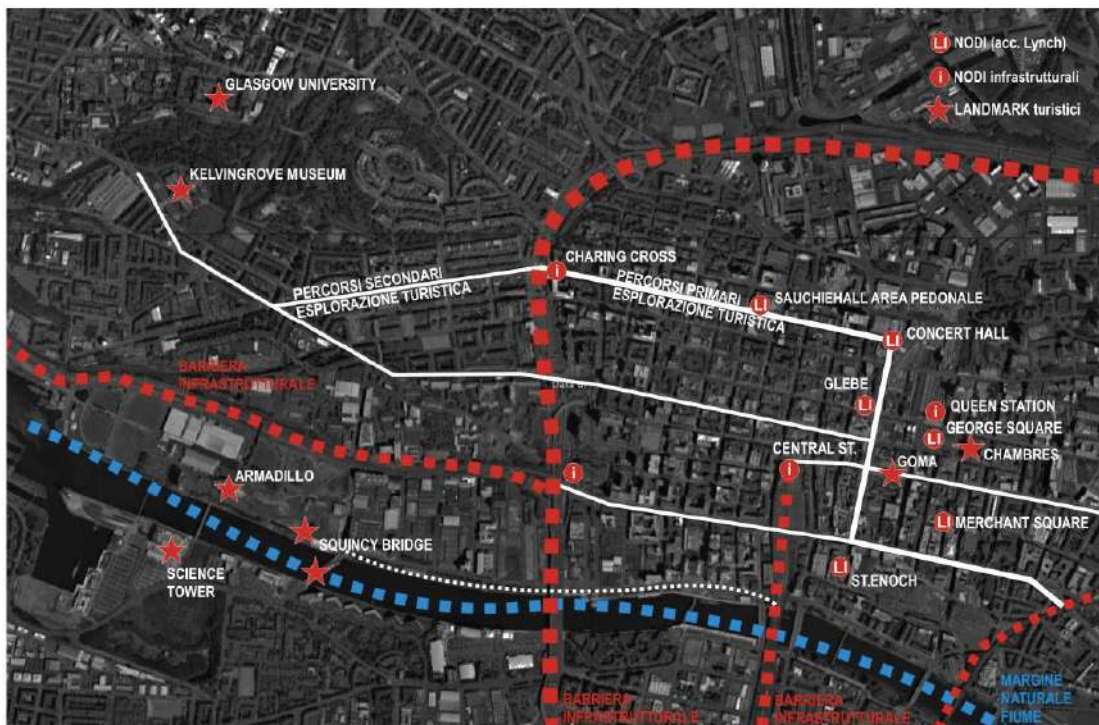
Besides these nodes, landmarks are responsible of the paths' network. Tourist landmarks are those structures identifiable by long distance and can be divided as short-view and long view landmarks. As in the previous case, there is a difference between the two cities: in Torino landmarks are elements of the old city (Porte Palatine, Mole Antonelliana, Chiesa della Gran Madre di Dio, Palazzo Madama); in Glasgow they are new symbolisms created mainly in the last 10 years in the attempt to give back to the Glaswegians new sense of belonging in their city. Among them we can list the Armadillo, the Science Tower, the Squinxy Bridge, added

with those historical of The Chambres, Glasgow University and Kelvingrove Museum. These landmarks play an important role for tourists because they are fixed points for the exploration during the tourists' experience in spaces that they usually do not know. In comparing the two cities, two characteristics of the landmark of Torino appear: they gain major importance thanks to the linear and orthogonal conformation of city (Chiesa della Gran Madre, Palazzo Madama) and thanks to the proximity of the hills to the centre, where it is easier to locate visual reference points (Monte dei Cappuccini).

In addition, other resemblances can be observed looking at the borders of the city centre and focusing on barriers and margins. It is typical of *heritage* cities to have strong borders, usually defined by the presence of whole ancient walls (Dubrovnik, Siena, Lucca etc.) or just by a part of them. Even if in post industrialized cities is difficult to observe a so strong presence of the signs of the past, because they have been deleted by recent transformations, some strong barriers can be easily identified. Torino and Glasgow have strong natural and infrastructural barriers that define central areas. River Clyde is a strong natural barrier in the south part of Glasgow, river Po assumes the same role in the east part of Torino. Infrastructures define the other three sides of the area, even if they assume different weights and roles in the two cities. The infrastructures in Glasgow assume the role of strong barriers for tourists separating the HC with other quarters that are totally different and avoided by tourists. The Motorway M8, built in the Sixties, divides the HC by the new attraction pole where Kelvingrove Gallery is located, generating a deep fracture and separates the touristic side of the city by some residential quarters, different in the urban conformation, where, it was dangerous going in. Also the role of the river is different because in Glasgow it separates the centre from the high violence quarter of the Gorbals, located beyond the River Clyde (FIGURE 3).



(1)



(2)

FIGURE 3: NODES, LANDMARKS, PATHS AND BARRIERS IN TORINO (1) AND GLASGOW (2)

On the other side, in Torino the passage between the HC and the strong periphery is soft and the natural and infrastructural margins lead to a urban texture that is quite similar to the

central area and not avoided by some tourist circuits. The River Po separates the HC by the expansive residential area of the hills and the infrastructures are similar to lines in a continuing and homogeneous city texture.

The elements mentioned above generates tourist paths with the goal of connecting nodes, landmarks, of crossing, margins and barriers where it is useful for tourists and addressing them where the city wants to appear.

As a consequences, the main paths are those linking nodes and usually they coincide with the main shopping streets. The shopping T above mentioned for Torino connects two infrastructural nodes (the train stations of Porta Susa and Porta Nuova) and four Lynchians' nodes, the main squares of the city, with the meeting of paths in Piazza Castello. The shopping Z in Glasgow put in relationship the Merchant City with Charing Cross, crossing the nodes of St. Enoch, Glebe and Concert Halls, all located in the main shopping street of the city.

Two levels of exploration paths, primary and secondary, can be identified, but they are usually not more than four streets. In these experiences all the main paths coincide with the shopping streets except the paths along the river. In fact, in Glasgow a new pedestrian link between the Clyde Arc and the Rail Bridge has been recently created to assume the function of a long tourist connection. In Torino the equivalent is represented by some secondary paths in the green areas along the Po river.

The above considerations about the urban paths describe a situation where tourists are addressed in some specific streets, but the typology of tourists that are autonomous and generally not grouped in tour operator allows to invent several different routes.

IV. Some conclusive remarks

Among the others, three considerations about the tourist shapes of these cities have to be highlighted before concluding.

First of all, the two post-industrialized cities considered in this analysis have had a similar development even if in two different phases. Glasgow started in the 80s with the cleaning of some old tenements and with the creation of some pedestrian zones; Torino began 10 years later with the requalification of some parts of the central district. Besides this big difference, two other issues had to be considered.

The economic and employment crisis of Glasgow was huge if compared to the Torino's one (Demetrio, Giaccaria, 2010; Volpato, 2004) and both cities have had a Mega Event at the top

of the transition (Bobbio, 2002; Garcia, 2004; Dansero, 2006), Torino with 2006 Winter Olympic Games and Glasgow with Capital of Culture in 1990 (and the forthcoming Commonwealth Games in 2014).

In short, we can conclude with the following final reflections.

- *Landmarks are fundamentals for these cities because they can be interpreted as a symbol of a new cultural renewal.* The tourism phenomena in these cities is equal to the one developed in other cities, as heritage city, but the only difference might be that these second type of urban areas start off with recognised tourist industries and well-established appeal. The older industrial city has to raise its profile in the market place of visitors to substantially improve its attractiveness (Law, 2001). This can be enforced with new post-industrial-phase landmarks. The two examples show the Cinema Museum in Mole Antonelliana as an emblem of well structured cultural transformation as the Television Tower, the Armadillo or the Clyde Ark as examples of a new diversified and cultural life after the deep post-industrial crisis.
- Looking at the quarters, the more interesting characteristic is that *there are not tourism precincts where the city is shaped exclusively for visitors.* This produces spaces where the tourist's experience is more authentic and original and where the services' users are both residents and tourists with no segregation. There are not quarters with a prevalence of tourist's shops, as souvenirs' shop or bars and restaurants for the outsiders. Besides this, it is possible to identify some functional areas with a high density of some facilities (shopping, services, residential areas, etc.), even if they are usually not mono-function but they preserve a functional mix.
- *Tourist paths usually coincide with shopping corridors,* even if there are some exceptions. They always connect poles, only sometimes they relate landmarks. All these connection lines are shared between locals and tourists with a prevalence of residents.
- *The role of barriers for tourists is stronger than for residents* and the discontinuity between different typologies of urban texture is more perceivable by outsiders. This happens because tourists explore a reality that is unknown for them and they have a sort of unconscious fear of territories where they cannot meet other tourists. A conventional tourist is scared by the differences and he usually avoids a non-tourist space.
- *Nodes are the points where the city appears.* Infrastructural nodes are usually the first place of impression of cities, Lynchian nodes are usually the most impressive image. Railway and bus station are the first meeting points between the visitors and the city.

Squares, bridges, markets etc. are the postcards of the city. The appearance of both the typologies of nodes are fundamental for the perception of the tourist's image.

In conclusion, examining some of the main characteristics of these tourist cities, it is possible to assert that tourism and cultural resources will never assume the role of principal economic activity but they can contribute to reconstruct the economic mosaic of them.

Besides this it should be underlined the importance of *leisure settings* compared with *activity places*. Tourists enhance their experiences moving into the city and discovering public spaces and paths more than they do visiting museums, galleries and other attractive facilities. The role of primary resources is extremely functional when it allows to the visitors to join a complete city. The *Bilbao Effect* works when the primary attraction is located in a very interesting urban texture.

Finally, the last important remark is connected to the concept of *carrying capacity*. In these cities it has been observed a substantial condition of balance between visitors and residents, generating true inter-personal relationships and a pacific sharing of the spaces of the city. A massive increase of the tourist flux will lead, as a consequence, to a segregation of the two population, to a *tourismification* of some places, to a more homologate visitor's experience and to a possible deterioration of the local-host relationships. All these reflections lead to a final question that is the following one: "Do these cities really want to become tourist-cities? Do residents want to live in a touristic city and do visitors want to discover other homologate tourist cities?".

Bibliographie

- ALBANO Roberto, DANSERO Egidio, PUTTILLI Matteo, “*Da città fabbrica a fabbrica di cultura? L'evoluzione del turismo culturale a Torino*”, *Rivista Geografica Italiana*, Vol. 117, pp. 391-421, 2010.
- ANDERECK Kaathleen, VALENTINE Karin, KNOPF Richard, VOGT Christine, “*Residents' perceptions of community tourism impacts*”, *Annals of Tourism research*, Vol. 32 (4), pp. 1056-1076, 2005.
- ASHWORTH Gregory John, “*Is there an urban tourism?*”, *Tourism Recreation Research*, Vol. 17 (2), pp. 3-8, 1992.
- BAGNASCO Arnaldo, Torino. *Un profilo sociologico*, Einaudi, Torino, 1986.
- ASHWORTH Gregory John, TUNBRIDGE J. E., *The tourist-historic city*, Belhaven, Londra, 1990.
- BOBBIO Luigi, GUALA Chito (eds), *Olimpiadi e grandi eventi. Verso Torino 2006*, Carocci, Roma, 2002.
- BOYER Marc, *Il Turismo: dal Grand Tour ai Viaggi Organizzati*, Electa Gallimard, Torino, 1997.
- DANSERO Egidio, MELA Alfredo, “*Eredità olimpiche e patrimonio territoriale: un'esplorazione di scenari*”, in BONDONIO Piervincenzo, DANSERO Egidio, MELA Alfredo, *Olimpiadi, oltre il 2006. Torino 2006: secondo rapporto sui territori olimpici*, Carocci, Roma, pp. 331-356, 2006.
- DEMETRIO Vincenzo, GIACCARIA Paolo, *Geografia del sistema manifatturiero piemontese: nuove forme di organizzazione e coordinamento*, Carocci, Roma, 2010.
- DOXEY G., “*A Causation Theory of Visitors–Residents Irritants: Methodology and Research Inferences*”, *Travel Research Association, 6° Annual Conference*, Salt Lake City, pp.195-205, 1975.
- EUROPEAN COMMISSION DG REGIONAL POLICIES, *State of the European cities report*, Bruxelles, 2007.
- GARREAU Joel, *Edge City: life on the new frontier*, Doubleday, New York, 1991.
- GARCIA Beatriz, “*Urban regeneration, arts programming and major events: Glasgow 1990, Sydney 2000 and Barcelona 2004*”, *International Journal of Cultural Policy*, Vol. 10 (1), pp. 103–118, 2004.
- GUALA Chito, *Mega eventi. Modelli e storie di rigenerazione urbana*, Carocci, Roma, 2007.
- GETZ D., *Event Management and Event Tourism*, New York, Cognizant, Elmsford, 1997.
- HAYLLAR Bruce, GRIFFIN Tony, “*The precinct experience: a phenomenological approach*”, *Tourism Management*, Vol. 26(4), pp. 517-528, 2005.
- HAYLLAR Bruce, GRIFFIN Tony, *City spaces – tourist places: urban tourism precinct*, Butterworth, Oxford, 2008.
- JANSEN – VERBEKE Myriam, “*Tourismification in historical cities*”, *Annals of tourism research*, Vol. 25 (3), Londra, 1998.
- JUDD Dennis, FEINSTEIN Susan, *The tourist city*, Yale University Press, Yale, 1999.

- LAW Christopher, *Urban tourism: attracting visitors to large cities*, Mansell, Londra, 1996.
- LAW Christopher, “*Tourism in major cities*”, *International Thomson Business Press*, Londra, 1996.
- LYNCH Kevin, *The image of the city*, MIT, Massachusetts, 1960.
- LOZATO-GIOTART Jean-Pierre, *Geografia del turismo: dallo spazio visitato allo spazio consumato*, FrancoAngeli, Milano, 2001.
- MAITLAND Roberts, BRENT Ritchie, *City tourism. National capitals perspectives*, CABI, Oxford, 2009.
- PEARCE Douglas, “*An integrative framework for urban tourism research*”, *Annals of Tourism Research*, Vol. 28, N. 4, 2001.
- PAGE Stephen, *Urban Tourism*, Routledge, Londra, 1995.
- PAGE Stephen, HALL M., *Managing Urban Tourism*, Pearson Education, Londra, 2003.
- SPIROU Costas, *Urban Tourism and urban change. Cities in a global economy*, Routledge, New York, 2001.
- VAN DER BORG Jan, COSTA Paolo, GOTTI Giuseppe, “*Tourism in European Heritage Cities*”, *Annals of tourism research*, Vol. 23, 1996.
- VOLPATO G., FIAT Auto. *Crisi e riorganizzazioni strategiche di un’impresa simbolo*, ISEDI, Torino, 2004.
- WATERTON Emma, WATSON Steve, *Culture, heritage and representation*, Ashgate, Farnham, 2010.

2.2. Valorisation du tissu bâti et production symbolique de l'espace – projection et réception : le cas de Ribeira à Porto, Portugal

Enhancement of the built fabric and the symbolic production of space - projection and reception: the case of Ribeira in Porto, Portugal

Sandra GUINAND

Irest, Paris I – Igul, UNIL

Sandra GUINAND (Sandra.Guinand@unil.ch) est politologue urbaniste, assistante-doctorante à l'Institut de géographie de l'Université de Lausanne où elle effectue une thèse en co-direction avec le professeur Antonio Da Cunha (Igul) et le professeur Maria Gravari-Barbas, IREST, Paris I Panthéon-Sorbonne. Elle est également collaboratrice dans un bureau d'études à Lausanne. Ses domaines de recherche sont les transformations urbaines, la régénération urbaine, le projet urbain, la valorisation du tissu bâti dans le cadre de la patrimonialisation.

Résumé

À partir de l'exemple de Ribeira à Porto, nous proposons d'analyser comment les acteurs institutionnels valorisent leur ville, quelle(s) idéologie(s) territoriale(s) (Di Méo, 2009, p.28) ils mobilisent, pour ensuite les véhiculer. Il s'agit de montrer le hiatus existant entre l'image et les valeurs projetées et celles réceptionnées mais aussi recherchées par les visiteurs. Pour ce faire, nous nous appuyons sur une démarche d'enquête de terrain. Celle-ci mobilisera le principe dit de la triangulation (Maxwell, 1999, p.138), c'est à dire une diversification des sources d'informations.

Mots-clés : patrimoine, valeurs, représentations, espace, tourisme

Abstract

Taking the example of *Ribeira* (city of Porto), this paper will discuss how institutional actors value their city, what land ideology (Di Meo, 2009, p.28) is being mobilized and then conveyed. It will attempt to show the gap between the image and the values projected and the one received but also sought after by visitors. A qualitative approach will be used involving fieldwork and the principle called sources *triangulation* (Maxwell, 1999, p.138) which implies diversification of information sources.

Keywords : heritage, values, representations, space, tourism

Le centre historique, et plus particulièrement le site de *Ribeira* (Ill.1, 2, 3), de la ville de Porto, terrain où nous effectuons nos recherches, concentre les intérêts de différents acteurs. Espace emblématique de la ville, considéré par cette dernière comme la « Porte d'entrée pour la Région de la vallée du Douro », il est le lieu du quotidien pour ses habitants, de découvertes et de détente pour les visiteurs ou les touristes, nouvelle zone d'investissement pour les acteurs privés (immobiliers), de sortie et de rencontres pour les jeunes étudiants, de ressources et de création pour les jeunes artistes et designers. Ce site est aussi présenté comme la vitrine de l'identité de la ville. Et, c'est un des périmètres identifiés comme « zone stratégique » (d'action spéciale) par la société de réhabilitation Porto Vivo dans son Masterplan (2005). C'est enfin la prise de conscience de sa valeur en tant que site exceptionnel et pièce maîtresse de la ville qui est à l'origine d'un concours international d'idée (d'urbanisme) pour sa requalification en 2007. Cependant, derrière ce discours si positif et quasi normatif à l'égard du centre historique et de Ribeira, réside une réalité plus complexe. L'analyse de cette dernière offre quelques éléments de compréhension quant à la construction des représentations du site. En effet, comment cet espace est-il approprié, valorisé, présenté voir « instrumentalisé » par les acteurs institutionnels ? Ces derniers en tirent-ils profit et comment ? Quelles sont les valeurs déclinées et à quelles fins le sont-elles ?

I. Éléments de contextualisation

Ribeira, le centre historique et la dynamique de l'aire métropolitaine

Ces questionnements apparaissent pertinents lorsque le site de *Ribeira* est replacé dans le contexte plus large des enjeux de la ville-centre et de son aire métropolitaine. Les chiffres sur la conservation du tissu bâti dans la zone historique sont éloquentes. Ils montrent en effet qu'en 2001 63.7% des bâtiments nécessitaient une intervention moyenne à élevée (Universidade do Porto, Juin 2004). En 2008, selon les relevés effectués par *PortoVivo* SRU (la société de réhabilitation pour la ville de Porto), l'état de conservation de la zone ne se serait pas amélioré. Il se serait même encore dégradé : sur les 1'976 édifices répertoriés, 1'302, (équivalant à 65%), nécessitent une intervention (Plano de gestão, 2010)²⁷. Du côté de la dynamique économique, les commerces individuels sont décrits comme moribonds (Balsas, 2000; Rio Fernandes, 2007). Il semble en effet que certaines activités peinent à se maintenir, notamment le

²⁷ Si depuis ces chiffres une augmentation des réhabilitations de 5% a été enregistrée, ces dernières sont principalement l'œuvre de la société de réhabilitation, Porto Vivo, et dans l'intermédiaire, les bâtiments dégradés continuent à se détériorer (Entretien Julia LaFace, Porto, mai 2011).

commerce de détails ou spécialisé. Nous notons cependant qu'entre juin 2008 (début de notre recherche) et mai 2011 de nouveaux commerces et boutiques, principalement à destination des visiteurs et de jeunes, se sont ouverts. De même, la ville-centre se caractérise par une forte paupérisation de son centre historique : le taux chômage y est plus élevé et la population caractérisée par un fort taux de vieillissement et de vulnérabilité (dépendante de l'aide sociale ou encore toxico-dépendante) en comparaison au reste de l'aire métropolitaine. Enfin, la dynamique démographique n'offre pas de chiffres plus réjouissants. Sur les 1'976 édifices répertoriés pour la zone historique, seuls 861 seraient totalement occupés. 293 seraient complètement vides et 78 en état de ruine avancée (Ill.4) (Plano de gestão, 2010). Sur l'ensemble de sa ville-centre (périmètre communal), Porto a perdu plus de 13 % de sa population en l'espace de dix ans (1991-2001) avec une perte plus marquée pour les secteurs du centre historique (jusqu'à 41 % pour Miragaia par exemple) (INE 1991, 2001). Les chiffres du recensement 2011 continuent de montrer une population en déclin, cependant la baisse est moins brutale qu'en 2001 (237'559 habitants en 2011 contre 263'131 en 2001 et 302'472 en 1991) (INE, 1991, 2001, 2011). Cette perte de vitesse de la ville-centre se fait au profit de l'aire métropolitaine (Le Grand Porto) qui elle gagne toujours plus d'habitants et voit croître la construction de nouveaux logements. Avec l'actuelle crise économique du pays (dette), cette tendance à la croissance du Grand Porto pourrait se stabiliser et peut-être pourrait-on voir s'amorcer un « retour en ville ». Il semble en effet que le marché de la location qui était quasi inexistant il y a encore quelques années commence à prendre de l'ampleur²⁸, ce qui pourrait jouer en la faveur d'un regain d'intérêt pour la ville-centre et la relance du marché de la location dans ce secteur (Delgado, administratrice de Porto Vivo, entretien, juin 2010). Mais cette mince perspective d'ordre conjoncturel, et, de surcroît très imprévisible, ne peut s'avérer suffisante à l'amélioration des conditions physiques, économiques et sociales de la ville-centre et plus encore, du centre historique. Ribeira n'en est d'ailleurs pas à son premier coup d'essai. Ce site ainsi que les quartiers adjacents ont fait l'objet de multiples interventions successives depuis la révolution des œillets (1974) allant jusqu'à être classé (pour l'ensemble du tissu bâti compris dans le tracé de l'ancienne muraille *fernandina*) en 1996 au patrimoine mondial de l'Unesco.

Pluralité et dynamique d'acteurs : les acteurs institutionnels ne sont pas homogènes

Cependant, les actions qui se sont succédées diffèrent les unes des autres tant dans leurs

²⁸ Les portugais sont propriétaires à 75%. Avec la crise économique qui touche le pays, certains, n'arrivant plus à payer les traites de leur emprunt, retournent vivre dans la maison familiale et mettent leur logement en location.

objectifs que dans leur manière d’appréhender et de valoriser le tissu bâti. Afin de comprendre ces différentes logiques d’actions, il semble nécessaire ici de distinguer trois types d’acteurs institutionnels. Il s’agit de la CRUARB (Commission gouvernementale pour la rénovation urbaine des quartiers de *Ribeira* et *Barredo*), de la Câmara Municipal do Porto (Ville de Porto), et de *Porto Vivo* SRU (Société de réhabilitation de Porto). S’il paraît évident que ces trois entités sont à leur tour composées d’acteurs hétérogènes, nous nous appuyons ici sur le discours officiel, c’est-à-dire ceux des acteurs non dans leur dimension d’individu mais représentant une institution, ce qu’Ola Söderström appelle la « parole autorisée » (1992, p.128). Le discours des acteurs d’une institution suit effectivement une même ligne, celle qui d’ailleurs donne sa cohérence à l’ensemble et assure la cohésion du groupe, cependant certains points de vues ou détails divergent ou émergent. Comme l’indique d’ailleurs Michel Crozier (1977, p.25) : « il n’y a pas de systèmes sociaux entièrement réglés ou contrôlés ». Bien que de fortes contraintes pèsent sur les acteurs, ceux-ci ont une marge de manœuvre et des espaces de liberté qu’ils utilisent. Pour illustrer notre propos, nous pouvons ici citer le cas d’une fonctionnaire interviewée et qui nous a livré « sa » vision des choses à contre-courant du discours officiel. D’une manière très adroite elle a mis fin à l’entretien à la suite de l’irruption dans la salle d’une autre personne. Elle nous a ensuite rattrapée dans la rue pour nous faire comprendre l’enjeu de la situation. Au cours de notre recherche, d’autres acteurs institutionnels ont usé de leur liberté pour « transgresser la parole officielle ». L’intérêt de ces transgressions est qu’elle laisse émerger et voir certains conflits ou polémiques autour des projets ou d’acteurs, offrant ainsi plusieurs lectures et modes d’appréhension aux versions lissées et consensuelles du discours officiel. Outre un appui sur la littérature grise, les documents officiels, les sites internet, les publications scientifiques, nous avons également effectué un certain nombre d’entretiens. Les personnes interviewées correspondent à un échantillon dit « utile » (Patton cité in Maxwell, 2009, p.128). Cela signifie, comme l’indique Maginn (2004) pour l’observation ethnographique²⁹, que ceux-ci représentent les acteurs clés (*key agents*) qui nous permettent de réunir les informations importantes ou qui sont les

²⁹ “The social worlds that qualitative (and quantitative) researchers study are constantly evolving. Furthermore, the various agents that occupy these worlds express a potentially infinite number of values and attitudes towards different issues ; respond and behave differently to particular events and situations ; and have fluctuation and contested relationships with other agents with whom they may or may not interact with. As a result, neither qualitative or quantitative researchers can produce the « whole story » of the complex social phenomena they study (Back, 1995). Nevertheless, within ethnographic research the adoption of an « holistic orientation » (Fetterman, 1989 : 29) that is observing relevant and poignant events and interviewing key agents within a particular setting, over a sustained period of time, enables the construction of a relatively comprehensive picture” (Maginn, 2004, p.49).

témoins privilégiés de la construction des projets étudiés. Dans le cas de Porto par exemple, l'architecte Rui Ramos Loza³⁰ s'est avéré être une figure incontournable de notre recherche, celui-ci ayant été actif dès le début du processus de requalification par la Ville. Pour autant, même si ces acteurs ont été choisis en connaissance de cause, il n'y a aucune garantie que leur position soit typique et que l'ensemble des discours forme un tout homogène (Maxwell, 2009, p.134). En fait, il nous paraît important de pouvoir croiser les différents points de vue, car c'est à partir de ces derniers qu'il nous a été possible de construire notre propre analyse sur ce qui est officiellement donné à voir.

II. Quand patrimonialité rime avec attractivité

Premières réhabilitations, premières valorisations et premier registre d'action

De 1974 à 2004, la CRUARB œuvre à la réhabilitation et valorisation du centre historique, plus particulièrement de la zone de Ribeira-Barredo (Ill.2). Cette commission fut créée par le gouvernement de transition de 1974, suite notamment aux revendications de salubrité des populations résidentes, notamment les Moradores (organisations regroupant et représentant les résidents). Cette donna lieu à la première opération de réhabilitation à l'échelle nationale. Les membres de la commission étaient composés majoritairement d'architectes et de techniciens sensibles à la qualité architecturale du site (Ribeira-Barredo) ainsi qu'à sa dimension sociale (Fernandes, 2005, p.5). Ils ont notamment largement été influencés par les idées de l'architecte Fernando Távora³¹. L'objectif premier et fil conducteur de ces premières actions (jusque dans les années 1980s) était la réhabilitation de logements fortement dégradés et insalubres.

Ces actions s'intégraient dans une politique d'opérations de réhabilitation à échelle nationale SAAL (serviço de apoio ambulatorio local)³² emprunte des idéaux révolutionnaires (gouvernement transitoire). Elles étaient menées par des équipes pluridisciplinaires (avec les moyens financiers de l'Etat) mais également par des commissions de Moradores. Dans le cas de Ribeira et Barredo, la volonté affichée était la préservation du tissu bâti ainsi que le

³⁰ Architecte-urbaniste, technicien à la CRUARB puis administrateur de PortoVivo SRU, actuellement administrateur de l'IRHU.

³¹ Fernando Távora est l'un des fondateurs de « l'Ecole de Porto ». Il introduisit la composante et dimension sociale dans les projets architecturaux à contre-courant des discours dominants de l'époque : tout nouveau projet étant censé s'inspirer du paysage et des éléments culturels afin de s'intégrer au mieux dans l'ensemble. L'architecture d'Alvaro Siza et de Souto Moura (deux de ses élèves) est encore fortement imprégnée de ses idées

³² Service d'aide ambulatoire local (notre traduction).

maintien, dans la mesure du possible, des populations résidentes³³. Un total de 19 îlots fut alors réhabilité. Cette expérience fut de courte durée et une fois le nouveau gouvernement établi, la CRUARB, alors outil étatique, passa, en 1982, aux mains de la Ville (Mairie), conséquence d'une nouvelle loi gouvernementale sur les modes de financements et les compétences des collectivités territoriales. Dans les années 1990 les préoccupations évoluent. On passe de l'éradication de l'insalubrité à la qualification des espaces publics. On tente également de garder la ligne fixée dès les débuts de la commission : la préoccupation des besoins des résidents. Cependant, démarches se heurtent à la vision plus pragmatique des autorités de la Ville qui souhaitent avancer plus rapidement, afin de montrer des signes concrets à la population (électeurs) et de les mettre ainsi en confiance. Jusqu'ici, les actions sur le tissu bâti ne semble pas relever d'une politique explicite de sa sauvegarde en tant qu'objet patrimonial. Les valeurs culturelles et historiques du lieu ne sont pas affirmées ni reprises au travers de discours. Il s'agit plutôt d'une politique sociale clairement dirigée envers des populations jusqu'alors livrées à elles-mêmes. En revanche, comme nous l'avons mentionné plus haut, les idées de l'architecte Fernando Távora, figure forte de l'architecture dans le Nord du Portugal, et son positionnement ouvertement critique quant au plan directeur de 1962 (emprunt d'idées fonctionnalistes) ont certainement influencé la CRUARB. Cette dernière propose, nous l'avons vu, une approche sensible à la dimension sociale, reposant sur des valeurs culturelles, d'usage et de signifiants du territoire et de son tissu bâti.

L'élargissement du périmètre vers les quartiers extérieurs dans les années 1990 pose quelques tensions entre la CRUARB et la Ville. Premièrement, la question du coût des opérations émerge. Elles sont en effet financées à 100% par des fonds publics (expropriation, réhabilitation, relogement). On note également une insuffisance de moyens techniques. Troisièmement, on relève un manque de dialogues entre techniciens de la CRUARB et autorités et techniciens de la Ville (Barata, 2001). L'élargissement du périmètre d'intervention ne correspond à aucune stratégie spécifique de la part de la Ville et ce malgré les demandes de la CRUARB. Il semble que ce soit à cette période qu'un premier intérêt marqué pour le tissu bâti émerge et qu'on s'interroge sur le lien éventuel à entreprendre avec le tourisme (Loza, entretien, 2009). L'équipe de la CRUARB réfléchit alors à l'éventualité de déposer une candidature au patrimoine mondial de l'Unesco (1991-93). Une reconnaissance de l'Unesco légitimerait en effet les vingt années d'actions de réhabilitation de la CRUARB. Cette mise en valeur du tissu bâti par une labellisation apparaît comme un double besoin de reconnaissance :

³³ Selon le témoignage de Rui Ramos Loza (2009), 700 familles habitaient sur ce périmètre pour 300 logements.

celui de valider la pertinence des actions de la CRUARB et d'officialiser les valeurs culturelles et historiques d'un tissu bâti à fort potentiel dont les autorités publiques ne semblaient, jusque là, ne pas avoir pris complètement conscience. Cette reconnaissance de l'UNESCO arrive en 1996. Elle légitime un exemple type de constructions et de paysage illustrant une ou des périodes significative(s) de l'histoire humaine (selon le critère iv de l'Unesco).

Changement de paradigme : modifier le regard

A partir de cette date et dans les années qui suivent (surtout après 2001), l'histoire de Porto fortement associée à ses berges (*Ribeira*) à son fleuve (*Douro*) ainsi qu'à son tissu bâti est dépoussiérée pour être magnifiée. Un nombre important de publications est édité sur le patrimoine et l'histoire de la ville. Les images et récits véhiculés tant du côté des autorités de la Ville, que des institutionnels (CRUARB dans un premier temps, puis *PortoVivo*) ou encore de l'Office du tourisme, sont celles reprises dans les livres d'histoire³⁴. Il en va de même pour les principaux guides touristiques abordant la ville de Porto (Lonelyplanet, Guide vert, Guide du routard et Rough guide) (Mota Santos, 2005, p.99). Une des raisons à cela, s'explique peut-être, comme le note Paulo Mota Santos, par le fait que ces écrits sont perçus comme revêtant une certaine vérité scientifique (2005, p.309). Les récits évoqués par les autorités publiques tant du côté de la Ville que de la CRUARB sont des moments glorieux ou des épisodes symboliques porteurs d'identité (non sans sentiment de fierté). Qui, en visitant Porto n'a jamais entendu parlé des *tripeiros* et mangé les fameuses *tripas a moda do Porto* dans un *local* du centre historique ? Surnom donné aux habitants de Porto qui, en 1415, auraient donné toute la viande disponible (ne gardant que les tripes) pour les navires qui partaient à la conquête de Ceuta. Même la CRUARB voit (en 2000) ses 25 années d'action retracées et commémorées sans anicroches dans un ouvrage. Comme le relève Paula Mota Santos dans son travail sur les représentations du centre historique, les discours tant du côté des historiens que des autorités publiques parlent de Porto comme ville-mère, centre de l'histoire du Portugal. Ils insistent également sur la spécificité de ses habitants qui lui confère un aspect dynamique (l'image d'une ville où on travaille) ainsi qu'une dimension symbolique (ils ont toujours su s'adapter aux changements et se sont toujours battus pour leurs droits et leurs libertés) (Santos, 2005, p.311). Le tissu bâti du centre historique et le site de *Ribeira*

³⁴ Notamment l'ouvrage phare de Oliveira Ramos, *Historia do Porto*, 1994 qui en est à sa troisième édition.

deviennent à la fois supports, témoins et émetteurs de ces discours d'histoire pacifiée et lissée. Ils deviennent des catégories d'action du présent sur le présent (Glevarec et Saez, 2002) jouant sur plusieurs registres. Si pour certains acteurs de la CRUARB, ces discours sont avant tout un moyen de faire prendre conscience de la nécessité de préserver certaines traces, de conserver le bâti et, par la venue des touristes, d'en assurer la préservation, il offre aussi pour d'autres, l'occasion de redonner une certaine fierté à la population locale. Concernant cette dernière, le discours énoncé opère sur plusieurs niveaux. D'une part, il peut être fédérateur et faire ressortir un sentiment d'appartenance : par exemple, ces murs sont les témoins d'une histoire et vous en faite partie. Permettant ainsi d'apaiser certaines tensions, notamment si les personnes concernées se revendiquent de cet endroit comme c'est le cas³⁵. Mais ce discours intériorisé, légitimé et porté par la population peut également s'adresser à l'extérieur – l'Unesco et les acteurs institutionnels ne parlent-ils pas de ville et de patrimoine « vivant » ? Nous voyons ici la manière dont les autorités publiques (mais aussi les acteurs privés) jouent de et avec cet imaginaire. Le tissu bâti habité va devenir pour ces acteurs support communicationnel, voir de marketing, offrant par là même, une personnification exportable de la ville (Ill.5). Le tissu bâti (avec sa population) et son état de délabrement n'apparaît plus comme uniquement problématique mais s'intègre dans une vision globale et stratégique de développement. *Contacte e viva de perto o ambiente do centro histórico do Porto, Património mundial*³⁶ pourra-t'on lire par la suite sur une brochure l'association des commerçants pour le développement du tourisme culturel de Porto et sa région. Il devient objet valorisé et valorisant. La charge symbolique et historique de la zone de *Ribeira* est alors clairement explicitée.

Le changement de l'exécutif municipal en 2001 concrétise cette perspective. En effet, un tournant idéologique s'opère dans la gestion des politiques urbaines qui coïncide avec une transition du gouvernement au niveau national et la création des sociétés de réhabilitation urbaine en 2004 (décret de loi 104.2004). La Ville ne souhaite plus financer directement la requalification du tissu bâti. La responsabilité est reportée sur les acteurs privés, notamment les propriétaires, promoteurs ou potentiels investisseurs. On met fin à la CRUARB (2001) et,

³⁵ « O património somos nos, as pessoas. Nos é que representamos Portugal » (...) « Querem tirar-nos daqui, mas não acho bem. Nos é que chamamos os turistas. Vivo e vendo nesta zona há cerca de 40 anos e não quero sair daqui » extraits de réactions de résidentes du centre historique après l'annonce de classification au patrimoine mondial tiré de *Jornal de Notícias, Sinos repicaram por toda a cidade*, 6 décembre 1996, p.15. Ces extraits montrent un discours d'assimilation au lieu mais illustrent également l'appropriation d'un discours comme mécanisme de défense vis-à-vis de la Ville.

³⁶ « Prenez contact et vivez près de l'atmosphère du centre historique de Porto, patrimoine mondial ». (Notre traduction).

après une courte période transitoire, la société de réhabilitation de Porto (SRU) *Porto Vivo* est créée en partenariat avec l'Institut national de l'habitat et de la réhabilitation urbaine (IRHU). Financée par des fonds publics (Etat 60% et Ville 40%), celle-ci a pour mission de lancer des opérations de redynamisation et d'encourager ainsi la réhabilitation et la reconversion d'édifices sur l'ensemble de la zone d'intervention prioritaire (ZIP) (III.3) de la ville-centre en stimulant le marché de l'immobilier et les investissements privés. La société, majoritairement en main de l'Etat, échappe au contrôle des électeurs. De fait, ses actions et projets ne sont pas publiquement débattus. S'il n'existe pas de version officielle quant à la fin de la CRUARB, nous pouvons, sans trop nous compromettre, interpréter celle-ci par une divergence de points de vues et de regards portés sur la valorisation du tissu bâti et les actions à mener.

Une année après, le Masterplan pour la revitalisation sociale et urbaine de la *Baixa* de Porto³⁷, identifie le périmètre de *Frente Ribeirinha* comme une zone dont le potentiel de réhabilitation du tissu bâti offre une multitude d'opportunités à exploiter. Ce périmètre est plus particulièrement caractérisé comme zone de détente et de loisirs propre à répondre aux besoins touristiques (Porto Vivo, 2005, p.7). Quelques années plus tôt, le programme la Ville réagissait déjà dans ce sens par l'intermédiaire du programme POLIS lancé par le gouvernement central en proposant la requalification des berges de *Ribeira* : la circulation devait y être réduite, le marché et les échoppes déplacés pour laisser place à un espace de promenade mais également à celui dévolu aux terrasses de cafés et de restaurants. La qualité et l'image du site devaient ainsi être rehaussées. Les propositions du Masterplan, révèlent une prise de conscience du potentiel d'attractivité que l'image du site en tant que pièce maîtresse de la ville revêt.

Troisième logique d'action : une valorisation en surrégime ?

« O reconhecimento internacional da valia patrimonial da cidade do Porto veio no ano de 1996 com a atribuição do Estatuto de Património Mundial por parte da UNESCO. O património não é só um património monumental, apesar da presença de inúmeros monumentos, classificados enquanto tal no âmbito nacional, como a Sé Catedral e a Torre dos Clérigos. Este é também um património urbanístico e residencial, resultante do traçado ora orgânico ora racional das vias, dos prédios de rendimento em que vive

³⁷ Masterplan para a revitalização urbana e social da *Baixa* do Porto, élaboré en 2005 par Porto Vivo SRU en collaboration avec la Faculté d'ingénierie de l'Université de Porto (FEUP).

gente humilde, da presença das escadas, das pracetas, das vielas de matriz medieval »
(tiré du site de l'office du tourisme

<http://www.visitporto.travel/Visitar/Paginas/Descobrir/Descobrir.aspx?AreaType=1&Area=8>, consulté le 08.08.2011)³⁸.

Un peu moins de dix ans se sont écoulés depuis la création de la société de réhabilitation de Porto Vivo, le concours d'idée d'urbanisme pour la requalification des berges du Douro a été récompensé en 2008. Récemment (fin 2010), un plan de gestion du centre historique a vu le jour, l'occasion - certains techniciens le diront - de travailler plus étroitement avec les services de la Ville et surtout de continuer à les sensibiliser (mais aussi les propriétaires et les privés) à l'importance et la nécessité d'une requalification et d'un entretien du Vieux Porto. La Ville est en effet un des plus important propriétaire, surtout dans la zone de *Ribeira* et *Barredo* (héritage de la CRUARB notamment), de bâtiments dont l'état se dégrade toujours plus. Pour autant, l'image du Porto portée par ses murs et ses « petites » gens demeurent un argument de « visite », en témoigne l'extrait mis en exergue plus haut et tiré du site de l'office du tourisme à propos du centre historique.

En fait, le paradoxe n'est pas si étonnant que cela. Nous noterons ici l'importance et la force des médias dans la diffusion de discours en tant que canaux de communication (pour les institutionnels comme pour les privés)³⁹, révélateurs de représentation. A force de répétitions et de matraquage discursif, ceux-ci auraient pour conséquence de représenter et de décrire la ville ou les objets non plus en tant qu'objets bâtis/physiques mais en tant qu'image(s) de ce cadre bâti (Boullier, 2010, p.5). Dans cette perspective, les visiteurs ne se déplaceraient que pour voir et expérimenter ces images. Alors que les potentiels acquéreurs chercheraient à la posséder. En fait, certaines de ces représentations véhiculées pourraient être comparées à des objets fantasmés : « Les lieux qui se dessinent ne sont pas seulement révélés par des références passées, futures ou d'ailleurs réinventées, elles sont aussi une traduction poétique,

³⁸ « La reconnaissance internationale de la valeur patrimoniale de la ville de Porto est arrivée en 1996 avec l'attribution du statut de patrimoine mondial par l'Unesco. Le patrimoine ce n'est pas seulement le patrimoine monumental, malgré la présence de nombreux monuments classés au niveau national comme la cathédral Sé et la tour des Clérigos. C'est aussi un patrimoine urbain et résidentiel, résultant d'un tracé à la fois vernaculaire et rationnel des rues, d'édifices (loués) dans lesquels vivent des gens humbles, de la présence d'escaliers, de placettes... ». (Notre traduction).

³⁹ Nous noterons que la réalisation du plan de gestion a également été l'occasion pour la société de réhabilitation Porto Vivo d'éditer deux petites brochures retraçant deux itinéraires de promenade à travers le Vieux Porto. Il est intéressant de noter que ces brochures n'ont pas fait l'objet d'un travail conjoint avec l'Office du tourisme et qu'elles ne sont donc nullement accessibles pour le visiteur lambda. Ces dernières sont en fait distribuées au public ou interlocuteurs directs de Porto Vivo, soit les potentiels acquéreurs, investisseurs ou partenaires publics ou privés.

fantasmée du temps présent » (Bailly, 2009, p.400). Nous l'avons vu concernant les résidents du centre historique ces derniers ont intégrés l'idée selon laquelle ils font partie et « sont » le centre historique. De même, les acteurs institutionnels ont exploité ce discours dans le cadre de leurs interventions urbaines. Or, la réalité est plus complexe, certaines études montrent que le centre historique est également la porte d'entrée d'une immigration venue chercher du travail et dont l'histoire personnelle n'est pas forcément connectée avec le Vieux Porto (Paula Mota Santos, 2005). Si bien qu'aujourd'hui, il n'est plus véritablement possible de distinguer le faux du vrai des discours tant l'imaginaire du site est fort. Et le visiteur est le premier à se prêter au jeu.

Les autorités publiques et notamment la Ville continuent donc à entretenir cette « idéologie territoriale » (Di Méo, 2009) à travers leurs canaux de communication et ceux de l'office du tourisme. Car, c'est elle qu'on cherche et qu'on viendra voir. Les opérations majeures de réhabilitation qui s'effectuent dans la Ville-centre, le Vieux Porto ou encore du côté de *Ribeira* confirment l'hypothèse d'une valorisation en sursurégime. Ces dernières sont assez caractéristiques et symptomatiques de cette recherche de mise en image(s). Ces interventions s'appliquent à soigneusement conserver la façade des édifices et éviter le reste de l'îlot. L'illusion doit rester sauve. Nous noterons également sur le même registre, que le premier plan de façades de *Ribeira* montrent un ensemble coloré et réhabilité mais qu'une fois passé derrière ces murs, nous tombons sur du bâti décrépi et délabré. Lors d'une visite dans une famille du centre historique habitant au dernier étage d'un immeuble, nous avons également été saisi par l'état de fort délabrement du bâti (par endroit complètement écroulé) alors que lors de notre passage dans la rue, rien (du moins pour la non architecte que nous sommes) ne laissait présager d'un tel degré de ruine.

Les autorités publiques tiennent à l'image de la ville, du moins, celle qui est véhiculée à l'extérieur et qui intéresse les potentiels investisseurs et acquéreurs. Toutes les interventions en cours le sont soit par le biais de financements partagés (projets co-financés par l'Union Européenne pour le bairro da Sé par exemple, ou par des investisseurs étrangers comme le futur hôtel de charme la place de la Liberté et celui de *Ribeira*) (Ill.6). De même, si le projet de *Frente Ribeirinha* n'a vu aucune intervention concrète tant de la part de *Porto Vivo* que des autorités de la Ville, nous noterons que certaines propositions esquissées dans le projet lauréat ont trouvé preneur. Le Couvent Monchique a par exemple été transformé en appartements de luxe (Ill.7), preuve que ce bâti et les discours qui y sont associés opèrent comme de véritables sémiophores. Si la société de réhabilitation semble jouer le jeu de ces transformations de

l'espace et de cette mise en image, elle a surtout encouragée à son insu l'instrumentalisation et la survalorisation qui est faite actuellement. Certains messages cherchant à transformer le regard porté par la Ville sur son centre historique et la zone de *Ribeira* ont fait prendre conscience à certains du potentiel de rentabilité notamment autour de l'industrie du tourisme et de l'immobilier qui pouvait en être tiré.

III. Et le visiteur dans tout cela ?

Eléments de clarification

Dans le cadre de cette recherche, nous avons privilégié la figure du visiteur plutôt que celle du touriste. Peut-être dans un premier temps, très subjectivement et naïvement afin de sortir de l'image du touriste « usurpateur » qui semble lui coller (Urbain, 1986, p.269). Dans un deuxième temps, la catégorie de visiteur nous semblait mieux correspondre à ce que nous observions sur le terrain, c'est-à-dire non pas un groupe homogène en « vacances » ou hors de son domicile depuis plus de 48 heures (définition OMT), mais une multitude d'individus de tous âges et toutes catégories socio-professionnelles, certains étant en vacances et d'autres résidents dans la ville (comme ces étudiants Erasmus rencontrés) et y emmenant leur amis ou encore des Portugais venant faire un tour en la ville. Le visiteur représente donc pour nous cet individu qui « prend le temps » de se balader, de déambuler, d'observer, de profiter du cadre spatial et de ses attributs mais qui n'est pas forcément étranger ou extérieur à celui-ci⁴⁰. A travers les questionnaires distribués nous n'avons donc pas cherché à retranscrire une vérité statistique qui serait représentative des pratiques de ces individus mais plutôt la variété des témoignages (Bertaux, 2010, p.25) nous permettant au travers d'occurrence d'esquisser des tendances, d'illustrer ou encore de contrebalancer certains propos dans une volonté de triangulation des données.

En 1997 Porto accueillait pas moins de 87'313 visiteurs (Office du tourisme de Porto). En 2008 ils étaient 194'164⁴¹. Ces chiffres n'indiquent pas un volume précis des personnes visitant la ville, mais nous apprennent cependant que leur nombre a passablement cru ces dernières années. Si les méthodes de communication de la Ville y sont certainement pour quelque chose (Unesco, capitale européenne de la culture 2001, etc.), l'arrivée des vols low-

⁴⁰ Il est d'ailleurs intéressant de noter que l'office du tourisme de Porto utilise également cette terminologie associée à celle du touriste.

⁴¹ Ces chiffres proviennent des offices de tourisme de la ville de Porto. Ils correspondent aux personnes comptabilisées lors de leur passage pour demande d'information dans un des différents postes de la ville. Ils comprennent les étrangers comme les portugais.

costs⁴² a certainement amplifié le phénomène et certainement encouragé les visites de quelques jours. De plus, Porto est devenu un lieu de transit ou de premier point de chute pour le reste du pays (certaines personnes interrogées nous ont en effet expliquées être arrivées à Porto et continuer ensuite sur le reste du pays).

Ce qu'ils voient, ce qu'ils viennent chercher

A Porto, l'engouement pour un façadisme parfois excessif et la recherche d'un centre *propre et festif* (Gravari-Barbas, 1998) ne répondent pas forcément aux attentes des visiteurs. *Ribeira* et le centre historique qui l'encercle sont souvent les premiers lieux vers lesquels se rendent les visiteurs. Ils déambulent dans les rues étroites et descendent jusqu'aux quais de *Ribeira* pour y voir le Pont Dom Luis 1^{er} (œuvre d'un des disciples de Gustave Eiffel), le Douro, Gaia et ses caves qui y font face. S'ils sont intéressés par les aspects architecturaux et morphologiques (*azuleijos*, fer forgé, couleurs, bâti étroit) du vieux Porto, ils sont nombreux à y trouver un lieu qu'ils qualifient d'*authentique*. C'est pour eux un lieu « vivant, unique, qui a son identité propre et qu'il ne faut surtout pas muséifier » (entretiens, 2010). Un autre élément vient appuyer cette perception d'« authenticité ». Il s'agit de la population et de ses activités quotidiennes qui animent le site. En effet, un des autres points qui ressort quant au ressenti des visiteurs, c'est l'aspect « agréable, calme et conviviale » renvoyé par la population (enquête, 2010)⁴³. Ces impressions retranscrivent une vision idéalisée et nostalgique de l'urbanité jouant sur l'« exotisation du quotidien » et des temporalités de la fabrication d'un territoire (Guinand, 2011, à paraître). On entendra par exemple :

« Foi o vinho do Porto que me trouxe a cidade. Quis conhecer as caves para aprender as técnicas de um sabor requintado. E foi também a zona da Ribeira que eu mais gostei. Daqui tem-se a melhor vista dos socacos do Porto » (touriste italienne tiré de *Jornal de Noticias*, 2000, p.2).

« A Ribeira do Porto tem muito carisma. As casas antigas, pintadas de varias cores garridas, são bonitas. Também gostamos de ver os pescadores. Só não gostamos de

⁴² Le nombre de vols entre 2005 et 2007 aurait, suite à l'arrivée des vols low-cost, augmenté en moyenne de 104 % par année (Câmara municipal, 2008, p.64).

⁴³ Ces résultats sont confirmés par une enquête par questionnaires réalisée en 2000 par Paula Mota Santos et dont les données sont publiées dans sa thèse *Porto's Historic Centre and the Materiality of Belonging*, 2005. Les récurrences montrent que dix ans après les perceptions quant au Vieux Porto n'ont pas changé.

gaivotas e elas estão em todo o lado da cidade » (touriste italien tiré de Jornal de Noticias, 2000, p.2).

L'envie semble donc plutôt de pouvoir continuer à voir cet espace vivre son quotidien. Cependant, ces impressions et réflexions seraient faussées si nous omettions de préciser que ces mêmes visiteurs sont nombreux à trouver certains espaces « sales et abandonnés », ayant du mal à comprendre comment les autorités publiques (et les propriétaires) peuvent laisser des pans entiers tomber en ruine. *Ribeira* est l'épicentre du tourisme de Porto : on finit invariablement par passer ou s'arrêter dans ce quartier lorsqu'on déambule dans les ruelles du vieux Porto ou qu'on souhaite se rendre de l'autre côté à Gaia pour visiter les caves. Le visiteur aime s'y arrêter un instant pour y admirer le cadre, mais commence à regretter la banalisation touristique et le trop plein de « touristes » qui semblent gagner le site. Ces impressions se retranscrivent physiquement par une uniformisation des usages et des fonctions offertes : bars, restaurants, terrasses et échoppes à souvenirs. C'est ici la mixité des fonctions qui fait défaut.

IV. Conclusion

Dépasser le paradoxe de l'authenticité

Nous avons montré, dans ces quelques lignes, comment l'imaginaire de la ville est associé au site de *Ribeira* et au bâti du centre historique. Nous avons également mis en exergue le fait que ces discours servent les différents intérêts acteurs institutionnels (et privés). Cependant, il semble que ces dernières années les différents discours et les différentes interventions sur le cadre bâti de la zone de *Ribeira* tendent à véhiculer une image de plus en plus tronquée de la réalité de ces espaces (le paradoxe de l'authenticité). En effet, bien que classé au patrimoine mondial de l'Unesco, le bâti par endroit n'a de « vrai » que l'image qui en est donné. De l'autre, la population résidente semble avoir toujours été là aussi longtemps qu'on puisse s'en souvenir. Si nous ne souhaitons pas ici remettre en question les tentatives de redynamisation et de requalification initiées par les autorités publiques, il semble néanmoins que les discours gagneraient à dépasser les faux-semblants – notamment que les autorités publiques reconnaissent pleinement les résidents avec leur différence et pour ce qu'ils sont. Ce qui, auprès du visiteur n'enlèverait certainement rien au « charme » du Vieux Porto puisque les résidents continueraient à y vivre. Ceci permettrait de dépasser ce paradoxe de l'authenticité, puisque la typicité semble se traduire par la convivialité et le rythme de vie de ceux qui y résident. De même, les interventions de réhabilitation ne devraient pas uniquement se traduire par des opérations de façadisme. Il y a peut-être ici des points à négocier et discuter –

notamment, de vraies interventions urbaines contemporaines par endroits et une préservation plus soutenue ailleurs afin qu'à force d'entretenir les mythes ceux-ci ne prennent pas le pas sur la réalité...

Références

BAILLY, Emeline, *Espaces imaginés, espaces habités. Au-delà de la mondialisation* □: *Téhéran, Rabat, New York, Paris*, thèse de doctorat, Paris, Institut d'urbanisme de Paris, 2009.

BALSAS, L. Carlos, « *City center revitalization in Portugal* », *Cities*, 17(1), pp.19-31, 2000.

BARATA FERNANDES, Francisco, « *Centro Historico* » in BARATA FERNANDES, Francisco (dir.), *1901/2001 Guia da arquitectura moderna*, Porto, Mundolivro, 2001.

BERTAUX, Daniel, *Le récit de vie*, Paris, Armand Colin, 2010.

BOULIER, Dominique, *La ville événement*, Paris, Presses Universitaires de France, 2010.

CAMARA MUNICIPAL, *Relatório de sustentabilidade*, Câmara municipal, 2008.

CROZIER, Michel, *L'acteur et le système: les contraintes de l'action collective*, Paris, Editions du Seuil, 1977.

DI MEO, Guy, « *Le rapport identité/espace: éléments conceptuels et épistémologiques* » in GREANJEAN Pernette (dir.), *Construction identitaire et espace*, Paris, L'Harmattan, pp. 19-38, 2009.

GLEVAREC, Hervé, SAEZ, Guy, *Le patrimoine saisi par les associations*, Paris, La documentation française, 2002.

GRAVARI-BARBAS, Maria, *Belle, propre, festive et sécurisante: l'esthétique de la ville touristique* », *Norois*, 45(n°178), pp. 175-193, 1998.

INE, Instituto nacional de estatistica, Statistics Portugal, *Censos 1991, 2001, 2011* accessible sur <http://www.ine.pt/> consulté le 02 août 2011.

MAGINN, Paul J. « *An ethnographic approach to urban regeneration and community power* » in MAGINN Paul (dir.), *Urban regeneration, community power and the (in)significance of race*, Aldershot, Ashgate, pp. 43-60, 2004.

MAXWELL, J. A. *La modélisation de la recherche qualitative* □: *une approche interactive*, Fribourg, Academic Press, 1999.

MOTA SANTOS, Paula. *Porto's Historic Centre and the Materiality of Belonging*, Thèse de doctorat, London, University College, London University, 2005.

MOTA SANTOS, Paula. « *Through the Looking Glass: historic production, photographic representation and the sense of place in Porto's old city* », *ANTROPOlógicas*, n°9, pp.303-330, 2005.

PORTO VIVO SRU, *Masterplan para a revitalização urbana e social da Baixa do Porto*, Vol. I, Câmara municipal do Porto, 2005.

PORTO VIVO SRU, *Plano de gestão : centro histórico do Porto Património mundial*, Porto, Câmara municipal do Porto, décembre 2010.

RIO FERNANDES José A., « *As atividades comerciais e a valorização das áreas centrais* », Inforgeo, pp.129-135, 2007.

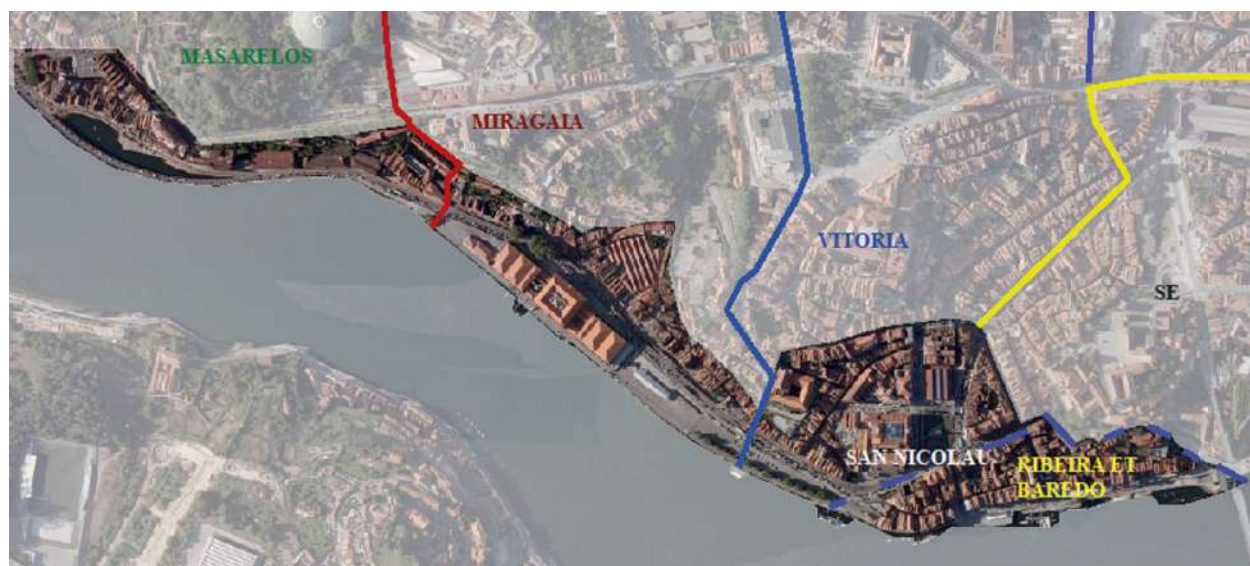
RIO FERNANDES, José A. « *Reabilitação de centros histórico e reutilização da cidade: o cas de Porto-Gaia* ». in OLIVEIRA Vitor J. (dir.) *Conservar para quê?*, Porto/Coimbra, FLUP/CEAUCP, pp. 213-230, 2005.

SÖDERSTRÖM, Ola. *Les métamorphoses du patrimoine*: formes de conservation du construit et urbanité, Lausanne, 1992.

SOFIA LUZ, Carla. « *Cidade de encanto para 900 turistas* », Jornal de Noticias, Segunda feira, p.2, 2000.

UNIVERSIDADE DO PORTO, *Estudo estratégico para o enquadramento de intervenções de reabilitação urbana na baixa do porto*. Porto, FEUP, Faculdade de Engenharia, Laboratório de Planeamento do Território e Ambiente, 2004.

URBAIN, Jean-Didier, « *Sémiotiques comparées du touriste et du voyageur* », Semiotica, vol. 58, n° 3-4, pp. 269–286, 1986.















2.3. The ecomuseum as an imaginary destination in China. The transition of the concept 'ecomuseum' from France to China

Lu JIN

Xiamen University & UC Berkeley

Lu Jin (jinlu719@yahoo.com) is a PhD student in Department of Anthropology, Xiamen University, China and a visiting student researcher in Phoebe A. Hearst Museum of Anthropology, University of California, Berkeley. Her research interests include tourism anthropology, heritage studies and anthropology of museums. She is now working on her doctoral dissertation on a Sino-Norwegian cooperation project 'ecomuseum' in Guizhou, China.

Abstract

My research focuses on the first generation of ecomuseums in China, which were started through a Sino-Norwegian cooperative cultural project between 1997 and 2004 in rural ethnic areas in Guizhou Province. The concept of ecomuseum was originally created in the early 1970s in France as a way to preserve cultural heritage through holistic, in-situ conservation and the participation of local people. However, for the Chinese government, the ecomuseum project is designed to encourage local economic development in addition to cultural preservation.

In this paper, I explore different practices of different stakeholders—Western scholars, Chinese government officials and scholars, and local villagers—who are engaged in the development of ecomuseums. Thinking about the reasons of the disparate practices, I focus on the transition of the concept 'ecomuseum' from France to China. The question I propose here is: can we use a Western concept as a practice in China? When the concept was relayed from France to China, the application of the concept wasn't. An industrial urban society and an agriculture-based ethnic village can never have the same point of reference for the ecomuseum. Through different understandings of ecomuseum concept by locals, officials and tourists, what's the true meaning of the ecomuseum in China? A museum, a method for conservation or a strategy of tourism development? I also try to analyze local strategies for handling the situation, both ideologically and practically: how they deal with the modern concept of 'ecomuseum' and how they balance the power from the government and the self-government in local tourism.

Key words: imaginary, ecomuseums, tourism

I. The origin of the concept of 'ecomuseum'

The ecomuseum was a concept initiated in France in the early 1970s during the new museology movement, as scholars called for new forms of museums which would extend beyond the physical barrier of walls. The first ecomuseum named Le Creusot-Montceau Ecomuseum was set up between 1971 and 1974 by the French ecomuseum pioneer Hugues de Varine.

Up to now, many people see the image of a museum in a very traditional way, simply as a building that exhibits arts or material relics (e.g. a repository for displays of stone knives, pottery and bronze vessels etc) . But with the development of museology, the concept of museums has been expanding, simultaneously with the forms of museum acquiring a wide variety. In terms of anthropology, museology and material studies, the ecomuseum or so-called community museum is one of the new forms of the 'museum without walls'. It has various names in different parts of the world: in the USA, it is named 'neighbourhood museum', 'cultural park' in Spain, or 'heritage program' in Australia (Varine 2005).

According to Varine, establishing ecomuseums is a way of protecting cultural heritages, and the most important function of ecomuseums is "the preservation, transmission and permanent enrichment of their (local people's) cultural heritages, base of their identity and creativity; this includes their immaterial heritages and their skills and know-how" (Varine 2006). In comparison with traditional museums, ecomuseums focus on holistic and dynamic community, in-situ conservation, and indigenous people's participation in order to preserve the natural and cultural heritages within communities. Currently, ecomuseum principles are employed in the Western world "in new initiatives which put emphasis on self-representation; full community participation in, and ownership of, heritage resources and the management processes; rural or urban regeneration; sustainable development; and responsible tourism"(Corsane 2006).

Now, more than 400 ecomuseums have been established all over the world but mainly in France, Italy, the Iberian Peninsula (Spain and Portugal), Eastern Europe, Canada, Mexico, Brazil, and China. The concept has now been practiced for four decades; "although there is some skepticism, the movement is still very strong, with major growth in recent years in Scandinavia, Italy and Asia" (Davis 2007).

II. The development of ecomuseums in China

In modern China, ongoing modernization led to fast development of the economy, but

meanwhile, this sudden industrialization has seriously damaged the ecological balance of the environment. Furthermore, with the growth of new museology ideas in China, the museum—a place of preserving heritages—was undergoing changes and finding ways to protect diverse cultural heritages in society. Based on these main reasons, ecomuseums were brought into China as a trial to protect cultural heritages.

At a cultural planning committee meeting convened in Guizhou province in 1986, a proposal was made for China's first ecomuseum to be established in Guizhou (Su 2008). In 1994, two giants in the field of ecomuseology and new museology attended the annual meeting of the International Committee for Museology (ICOFOM) : Andre Desvalles and John Gjestrum, who talked about the ecomuseum project with some Chinese scholars. In 1997, the Chinese and Norwegian governments signed a cultural cooperation agreement for the project. King Harald V of Norway and the former Chinese president Jiang Zemin attended the signing ceremony of the development agreement. The Norwegian government provided the initial funding and professional support of ecomuseums, and the Chinese government provided the following funding to develop them.

It has been more than ten years since the first ecomuseum was set up in Guizhou, China. In these years, sixteen ecomuseums have been established in China and several more are underway.

According to Su (2008), there are several periods in the story of ecomuseums in China. The first generation of ecomuseums in China comprises the four ecomuseums which were set up in Guizhou. They were built under the Sino-Norwegian joint cultural project 1997-2004. The four ecomuseums are Soga Qingmiao Ecomuseum, Zhenshan Buyi Ecomuseum, Tang'an Dong Ecomuseum and Longli Han Castle Ecomuseum, the first three of which are ethnic villages.

The second generation of ecomuseums includes the Olunsum Ecomuseum in Inner Mongolia, built in early 2001, which is the first ecomuseum in Northern China, and the Guangxi Museum of National Minorities in Nanning City, which is based on actions to encourage villagers to promote and preserve their own culture while facing up to development pressures from the outside world. The latter marked the beginning of a new phase of research and discussion.

Then the Guangxi autonomous regional government passed the '1+10 construction project'. Aided by the Guangxi Museum of National Minorities, ten ecomuseums will be founded in

Guangxi. And in 2003-2005, three of them were opened up to the public. They are Baiku Yao Ecomuseum at Nandan, Dong Ecomuseum at Sanjiang, and Zhuang Ecomuseum at Jingxi.

Now, ecomuseums in China are entering a multi-faceted stage. In 2005, the Bulang Nationality Ecomuseum in Yunnan successfully transferred administrative power to the villagers. The Shui Nationality Ecomuseum in Guizhou was set up by a Hongkong businesswoman Enmei Tan and local villagers, and was originally a test case of a public-private partnership.

Ecomuseums in China have been extending from rural places to urban and industrial areas in recent years. In 2001, the Qianmian Hutong Social Housing Recording Project was set up in Beijing in order to preserve the history of Hutongs, old-fashioned urban neighborhoods. Some industrial museums have also been established, for example the Shenyang Tiexi Museum, which focuses on the traditional dwellings of residents of historic industrial areas. Ecomuseums in China are still in the process of development.

III. Three ecomuseum imaginaries of different stakeholders in China

For the development of ecomuseums in China, there are three main stakeholders involved in the ecomuseum project: the Norwegian scholars who helped with the construction of ecomuseums in the initial stage, the Chinese government and scholars as organizers and coordinators in the project, and local villagers who practise the idea of ecomuseums in their daily lives.

The imaginary of Norwegian scholars

In 1980s, China was in the process of fast development at the cost of ecological imbalance and environmental disruption, causing more and more people to be concerned with environmental protection. At the same time, the number of museums in China has been increasing. Chinese scholars were trying to learn from Western new museology theory and practice in order to find a better way to preserve cultural heritages in rural China.

However, the ecomuseum project in China was finally placed on the agenda when some Chinese museologists met Andre Desvalles and John Gjestrum in the annual meeting of the International Committee for Museology (ICOFOM) in 1994. They had worked on ecomuseums in Norway for several years, and John Gjestrum had established the Toten Ecomuseum in his hometown, which was an outstanding application of ecomuseum ideology. After the conference, they came back to their own countries and talked about the project with

the government separately. Both of the countries were interested to carry out this cultural project.

On the side of the Norwegian government, they agreed to invest in the ecomuseum project in China also as an experiment. If this is feasible in China, it may also be used in the other countries which are in the same process of development as China. The ecomuseum may be a positive way applied worldwide to preserve local heritages and might play an important role in preserving cultural heritages in the process of globalization.

Although ecomuseums has been put into practice in Europe for many years, it is a challenge whether ecomuseum can survive in Chinese society which is very different from Western Societies. First, in China, the ecomuseum project links the goal of preservation very closely to the economic development of rural areas. Second, there are some practical problems for China in carrying out the ecomuseum project: the economic conditions are not as developed as in Norway. Third, the Chinese government has more power over local communities: villagers in Chinese ecomuseums are not in charge of their own communities.

With an ideal, researches were started in China. The Norwegian officers and scholars, together with the Chinese officers and scholars, went to many rural villages in Guizhou province. In the end, they chose four villages as the first generation of ecomuseums in Guizhou. They are Soga Qingmiao Ecomuseum, Zhenshan Buyi Ecomuseum, Tang'an Dong Ecomuseum and Longli Han Castle Ecomuseum, the first three of which are ethnic villages. Unlike the other places in the West, ecomuseums in China mainly were located in mountainous areas where ethnic minorities live. The only exception is Longli Han Ecomuseum, a Han (majority Chinese) community which is surrounded by ethnic villages, making Longli an 'ethnic' village in that area.

In sum, Norwegian specialists have an imaginary of Chinese ecomuseums that makes them another 'Utopia' in China using Western ecomuseum theory and practice. However, they did not fully take into account the unique circumstances in China, which are quite different from Norway, causing much dispute in the subsequent period from the Chinese side. I will talk about the conflict in the second part of the paper.

The imaginary of Chinese scholars and officers

The heritage movement in China started in the late 20th century, which is a cultural movement and political process in order to preserve cultural heritages in China, following the

international trend of cultural heritage movement. The movement also has a focus on cultural changes and heritage preservation in the age of high-tech. In the process of globalization, the mobility of people all over the world increases cultural exchanges and integration. At the same time it also impacts the small-scale societies and their cultures. One of the biggest challenges is from tourism. For example, the spread of tourism increases contact between outside cultures and local society, accelerates the speed of cultural changes.

For the Chinese government, the purpose of the ecomuseum project also has a primary focus on local economic development in addition to cultural preservation. We can see the purpose from ecomuseum locations: they did not choose well developed locations to be ecomuseums; instead, all of the four ecomuseums were set up in poorer rural areas. The subsequent steps in establishing ecomuseums also reflects the strong intention of rural development and poverty alleviation by the Chinese government.

When Chinese ecomuseums started, the first necessity was to reconstruct the infrastructure in the whole village: to repair the roads, to restore the houses, to provide the utilities, such as water and electricity, as well as to improve public health and public education (clinics and schools). In Zhenshan, a more modern village near the provincial capital Guiyang, where the living conditions were better than the other ecomuseums in Guizhou, financial support was used to renovate traditional stone houses, repair the road and build an elaborate 'documentation centre'. The latter is a large building, like a regular community museum holding rustic tools and clothing and evidence of local history. The ongoing financial support included repair of the temple, reconstruction of the restroom in each house, environmental management, as well as building a public restroom, a parking lot and repairing the pier for tourism.

The government also put effort into advertising ecomuseums to attract tourists. In Zhenshan Ecomuseum, because of the convenient location of the village, it became an important site for package tourism in Guiyang City. Tourist buses took visitors to Zhenshan several times a week and stayed for a couple of hours each time.

The imaginary of local villagers

The concept of museums, let alone ecomuseums, is a very modern one for rural villagers in China. The first public museum, the British museum, was founded in 1759, based on the ideas of 'nation-state', 'democracy', 'education' and 'colonialism'. Museums in China were largely set up after 1949 as symbols of a modern nation-state with the founding of the People's Republic

of China. In the villagers' opinion, museums should be in big cities, in permanent buildings, exhibiting precious antiques and other materials.

The ecomuseum is an even more recent concept originating in contemporary society. The first ecomuseum in France was born in the age of highly developed industrialization in Europe. In comparison, China is still in the process of developing industry in the country. No wonder that when ecomuseums were developed in ethnic villages, the villagers were not familiar with or accepting of the alien concept. Although villagers in ecomuseums were organized together to learn what ecomuseums were, they could not really grasp the concept. When villagers were asked what they thought of ecomuseums, they always pointed out the documentation centre outside the village. They never really knew their village was also part of, and the most important part of, the ecomuseum.

Instead, villagers seized upon ecomuseums as a way to improve their lives. For minority ethnic groups inhabit in less developed regions, it is more important to develop the local economy than to preserve cultural heritages. So the inhabitants are primarily concerned about how they can benefit economically from the ecomuseum. Moreover, even though the local government is expending considerable energy in saving and preserving local indigenous cultures, the challenge becomes more intense with the development of tourism and the arrival of visitors from the outside, which lead to major changes in the villagers' lives.

The background of ecomuseums in China is also very different. I will take Zhenshan Ecomuseum as an example to explain how the villagers think of ecomuseums, and how they seize the concept to develop tourism according to their conditions.

'Zhenshan Ecomuseum' is famous for its beautiful scenery and rural tourism. Zhenshan was fairly near a lake, a dam project created a reservoir and caused the water to rise, flooding the lower parts of the village, so that on two sides the village is next to the water, giving great opportunities for pleasure boating. It had been opened up to the outsiders and involved with tourism years before it became an ecomuseum. In the 1990s, it was officially named an 'ethnic culture village' and 'open air folklore museum' in order to promote tourism. Living standards in Zhenshan were higher. People were somewhat accustomed to living with tourists.

Therefore, cultural changes in Zhenshan did not happen suddenly, but experienced as a progressive process. Tourism became the main source of income, replacing agriculture. One of the primary reasons for such a change was a rapid improvement of the transportation means and road conditions (railway and highway). Transport increased the flow of people and made

it possible for people from large cities nearby, such as Guiyang, to visit Zhenshan during their days off, weekends and vacations.

When Zhenshan was named an ecomuseum, villagers were already familiar with tourism and knew how to get benefits from tourism. But there were also conflicts between tourism development and cultural preservation. Although the government took some measures to keep the stone buildings faithful to their initial look, at the same time, a large number of new buildings with a rather modernized style, artificial patterns, and extended balconies emerged. They were built according to the tastes of visiting tourists. Nevertheless, these innovations seem to break the overall visual harmony and the general image of the village. Traditional costumes have been increasingly vanishing for the past couple of years; since, after being introduced to the outside world, the younger generation is more interested in the new current clothing trends. The only ones who are still willing to follow their clothing traditions are either the elders or the villagers who wear their ethnic costumes just to satisfy visitors' expectations.

For villagers in Zhenshan, it does not matter what name was given to the village. They seized upon the name, together with the project, as a good opportunity to further develop tourism and get personal benefits to live better.

IV. The conflicts among the three imaginaries

The ecomuseum project in China is related to different stakeholders, each of whom has their own imaginaries of ecomuseums. Inevitably, there must be conflicts among these imaginaries, which make the development of the ecomuseum project difficult.

The conflict between the Norwegian scholars and the Chinese government

The Norwegian scholars meant to build community-oriented ecomuseums allowing villagers to manage their own communities. However, this proposal met with opposition from the Chinese government. The Chinese government put forward that most of the villagers had not received higher education and were illiterate. It would be difficult for them to run ecomuseums by themselves. Only with the help of specialists and officials could ecomuseums work well.

What the government said shows its distrust of the villagers, and it also shows the condition in China 'Big government, small society'. This means in China, the central government decides matters involving local affairs and problems. Since who owns the ecomuseum is one of the key issues of ecomuseums, the two sides discussed this issue--whether villagers should

run ecomuseums--for several times. In the end, the Norwegian side made a concession, agreeing that in the first period, the Chinese government could help the villagers to manage ecomuseums, but when the villagers have the ability and are willing to run ecomuseums by themselves, the government should give the rights back to villagers. In this transitional stage of ecomuseums in Guizhou, the government officials and scholars offer knowledge about ecomuseums, help villagers to record their languages and ethnic cultures by means of videos, pictures, databases and so on, and awaken self-consciousness of their own ethnic cultures. When the local people have enough educational and technical capacity to manage their communities, the local government can stop intervening in the community and give the rights back to the villagers.

Chinese government officials and scholars play an important role as the bridge between the Norwegian side and the local side. Norwegian scholars are not able to communicate with local villagers without the help of Chinese officials; villagers also need to understand the modern concept of 'ecomuseum' via the explanation of Chinese scholars. Although the Norwegians finally agreed to all the requests from China, some cultural differences and concept misunderstanding are still existing between the Norwegian side and the Chinese side.

Conflict between the Chinese government and rural villagers

Compared to Norway, the Chinese government has more power over the local people. Regarding autonomy for local villagers, almost all the scholars agree that the villagers should be the host of their own cultures. "The ecomuseum ideal should not be imposed by any perceived 'authority'. Local stakeholders should never be forced to accept ecomuseological approaches. And the residents should feel comfortable in their village; they are not being placed on display"(Corsane 2006). However, ecomuseums in China were initiated by the government and directed by scholars. Native villagers are passive participants who have no rights to manage the ecomuseum at this moment.

Because of the 'top-down' organization in the process of carrying out the ecomuseum project, confusion at different levels (e.g. the central government, the local government, scholars and indigenous people etc.) always took place. Even though the officers in the central government who are in charge of the project know the concept of ecomuseum and its practice, it is very hard for the villagers to grasp the idea because of various misunderstanding arising from different administrative levels. Therefore, villagers know little about ecomuseums and do not necessarily share the core values of modernity behind them. As Davis worries: "Ecomuseum theory demands that these organizations originate within and are led by local communities.

However, there is little evidence to demonstrate that this has been the case in China. They appear to be very 'top-down' organizations, and indeed would never have been possible without outside financial and expert help" (Davis 2007).

In the end, at the level of the village population, residents do not share a theoretical understanding of ecomuseums held by either the European advisors or the Chinese government officials. Rather they engage in labor, with the objective of developing their villages as tourist sites, and try to satisfy the tastes of tourists.

Conflict between Norwegian scholars and rural villagers

'Museum' is a modern concept with a history of less than 300 years. The public museum is related to 'nation-state' or 'democracy' and has the function of education. Also, the museum was based on exploration and colonialism: the traders and colonizers took the material heritages from the colonized societies back to their countries and needed a place to exhibit them. The museum was set up at that time to fulfill this purpose.

Public museums came into China almost 200 years after the British Museum. Although the first museum in China was set up in 1905, public museums were mostly founded after the People's Republic of China. They were set up totally according to Western museological theories, such as exhibiting, lighting, preserving and so on. Since museums are too modern and alien to the Chinese society, many people in China have never been to a museum, especially rural villagers. New museum forms, including ecomuseums, are even harder for rural villagers to imagine. Villagers in the ecomuseum could not understand why their village is a museum.

Norwegian scholars had all the practice and theory in setting up ecomuseums in Norway, but they had little knowledge of Chinese society. They believed the environment in those villages was pleasant, the unique ethnic cultures needed to be preserved, but the Norwegians did not do research on whether those villages were well-developed enough to accept the idea, and what they really needed from the ecomuseums project. A project work can not work well without mutual understanding.

V. Conclusion

The first generation of ecomuseums in Guizhou is the first attempt for China to put new museum theory into practice. Although there are some continuing problems, they gave an example to the other villages in China of a feasible way to develop their communities and preserve their cultural heritages. The other new museum forms, such as the open-air museum

and the folklore museum, which are being practiced in China can also use the experience of ecomuseums to improve themselves.

To deal with the conflict between the Western concept and the Chinese practice

In terms of the transition and translation of the concept of 'ecomuseum' from Europe to China, how one could use a Western concept to develop practice in China and what if the specific European practice in the application of the concept was not imported? A community in an industrialized urban society and an agricultural ethnic village could never have the same point of reference for the ecomuseum.

In order to gain economic benefits, the ecomuseum becomes a tactic for the villagers to develop local tourism and increase the annual income. Except for Zhenshan Ecomuseum, the other three ecomuseums in the Sino-Norwegian project had been relatively closed villages without much contact with tourists. However, it was the ecomuseum project that brought many tourists to flood into the villages and made villagers learn to use the modern concept of ecomuseum for tourism development. It seems that almost everyone in the village know the word 'ecomuseum', but if you ask them more, you will find most of them barely know a little bit about the real meaning of the concept. They learned how to commercialize their ethnic traditions for tourism in order to make tourists pay for what they saw, what they ate and what they experienced. For example, whenever there is a big tourism group coming to the village, they show their warmest welcome via the welcoming ceremony and perform their traditional songs and dances wearing their traditional ethnic clothes, some of which are bought from other villages. They also cook traditional dishes for the tourists, and during the meal they can sing their ethnic songs upon request.

And unlike the first ecomuseum in France, indigenous people who live in the ecomuseums still carry on their ethnic lives, traditions and cultures, although they are changing. Hence, the introduction of the ecomuseum is supposed to give some time for the indigenous people to know its meaning and practice.

Give rights back to villagers in ecomuseums

Because different stakeholders have their own imaginaries of ecomuseums, the three sides should work together, to respect each other, communicate with each other, and trust each other.

When establishing ecomuseums, the Chinese government was not willing to give the power of administration to local communities, pointing out the villagers did not receive higher education. However, in Langde, another village in Guizhou province, villagers managed

tourism by an income distribution system called 'scoring system'. Every household in the village participated in different activities in tourism, and got their income once a month according to their workload. This not only developed local economy, but also united the community and preserved local cultural heritages efficiently. Blanchard (2007) has published an analysis of a similar scheme in Upper Jidao, the village adjacent to Langde in the BaLa Development Project. Therefore, we should give the rights back to the local communities as soon as they are ready to manage the ecomuseum project, make villagers the owner of ecomuseums, inspire their enthusiasm in running ecomuseums, and let them decide the future of their communities.

To balance traditions and modernity in the process of tourism development

Ethnic tourism has become one of the state policies in the last twenty years in China, introduced as a mechanism to bring modernization to rural areas (Davis 2007; Oakes 1992, 1998). For most people dealing with tourism, economic development means cultural modernization; leaving behind traditional ways of doing things and adopting modern technologies, practices, dress, recreation, etc. However, if a traditional group has chosen tourism as a source of development income, it must continue to appear traditional at least in its outward appearances to satisfy tourist demands (Smith 1989; Bodley 2008; Yamashita 1997). So how can this be managed?

The first possibility might be that locals create fake traditions or traditional products for tourists, but the tourists would stop visiting them if they find traditions are not authentic. But this process may also generate new traditions, such as the successful 'new tradition' of Canadian Eskimo [Inuit] carving (Graburn 1969, 1973, 1976). Another strategy is that local people put on a show of their traditions out front while retreating ever further into their secret 'back regions' for the conduct of their non-tourist related daily affairs (Goffman 1959, MacCannell 1973). Davydd Greenwood's early essays "Tourism an Agent of Change" (1972) and "Culture by the Pound" (1977) argue there is no way to prevent cultural tourism from fundamentally disturbing and even undermining the local traditions that attracted it in the first place. In my research, there is another possibility that the fundamental traditions (such as the family structure, religion etc.) are not disturbed by tourism, but the external traditions (such as costumes, food etc.) are.

There is an ongoing debate over the question of whether modernization and globalization can generate cultural diversity, or if, with the fast flow of people, cultural diversity is threatened by worldwide uniformity (Dawson 1974, Wang 2000). When dealing with tourism, broadly

speaking, traditions and cultures in small-scale societies change more easily when they come in contact with the outside world, and different groups become assimilated while losing the aspects of their own cultural identities. Nevertheless, a society has its physical and spiritual roots symbolically linked to its remembered past, and these are the foundations of the identity. In the opinion of Marshall Sahlins (1999), modernization and globalization did not completely destroy the identity of small-scale societies. On the contrary, less industrialized societies absorbed modern technologies and consumption patterns into their own societies in the process making modernity part of their constantly adapting traditions. My research shows that if small-scale societies or ethnic minority groups accept modern concepts and techniques only in order to make their lives more comfortable, the culture and tradition in a society may remain undisrupted.

In the current period, for Chinese government, ecomuseums take on a special responsibility for both the preservation of ethnic cultures and economic development from tourism; how to deal with these two different aspects is a big issue. For villagers, although there have been many changes after becoming ecomuseums, and indigenous people have learned to profit from their traditions, they do not think they are losing their ethnic identity. From further anthropological interviews of the villagers, some of them feel sorrow about the loss of their languages, the changing of their cosmetics, and new architecture styles. However, most of them think that due to tourism, they have awareness of their ethnic identity and there is even a revival of their traditions. One villager said: "In the past we were too poor to care about our traditions, but now we have more money to protect them".

Ethnic tourism has become one of the state policies in the last twenty years in China where tourism maybe the only viable method for rural villagers to develop their economy. But there is always a paradox between exploration and preservation of ethnic cultures in the face of tourism. The villagers in ecomuseums developed tourism in order to improve their living conditions. But with the commercialization of their cultures, they may become less attractive to tourists. So it is very important for ecomuseums to balance the relationship between tourism and cultural preservation. Only if the villagers realize how important of their cultures are to sustain their communities and local tourism, can they voluntarily preserve their cultural heritages.

Bibliographie

BLANCHARD, Ben, 2007 *No Early Harvest in China's Rural Tourism Push*. Reuters Wed Feb 28 19:11:49

BODLEY, John H., 2008 *Victims of Progress*. Lanham: Altamira Press.

CORSANE, Gerard, 2006 *Sustainable Future Scenarios for People, Environments and Landscapes in Cumbria: The Ecomuseum Ideal and Issues Related to Its Use*. *International Journal of Biodiversity Science and Management* 2:3: 218-222.

DAVIS, Peter.

1999 *Ecomuseums: A Sense of Place*. London and New York: Leicester University Press.

2007 *Ecomuseums and Sustainability in Italy, Japan, and China: Concept Adaptation through Implementation*. In Knell, Simon J.; MacLeod, Suzanne and Watson, Sheila E.R.(eds). *Museum Revolutions: How Museums Change and Are Changed*. pp 198-214. London and New York: Routledge.

DAWSON, Lawrence E., FREDRICKSON, Vera-Mae and GRABURN, Nelson H. H., 1974 *Traditions in Transition: Culture Contact and Material Change*. Berkeley: Lowie Museum of Anthropology.

GREENWOOD, Davydd J.

1972 *Tourism as An Agent of Change: A Spanish Basque Case*. *Ethnology*. Vol. 11, No. 1, Jan. pp 80-91.

1977 *Culture by the Pound: An Anthropological Perspective on Tourism as Cultural Commoditization*. In Smith, Valene L.(ed). *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*. pp 129-138. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.

GOFFMAN, Erving, 1959 *The Presentation of Self in Everyday Life*. New York: Doubleday.

MacCANNELL, Dean, 1973 *Staged Authenticity: Arrangements of Social Space in Tourist Settings*. *The American Journal of Sociology*. 79 (3): 589-603.

OAKES, Timothy

1992 *Cultural Geography and Chinese Ethnic Tourism*. *Journal of Cultural Geography* 12: 3-17.

1998 *Tourism and Modernity in China*. New York: Routledge.

SAHLINS, Marshall, 1999 *What Is Anthropological Enlightenment? Some Lessons of the Twentieth Century*. *Annual Review of Anthropology*. Vol.28: i-xxiii.

SCHEIN, Louisa, 2000 *Minority Rules: The Miao and the Feminine in China's Cultural Politics*. Durham NC: Duke University Press.

SHIOJI, Yuko, 2003 *Eikoku kantori saido no minzokushi : Ingurisshunesu no sozo to bunka isan [Historical Folkways of the English Countryside: the Image and Cultural Heritage of Englishness]*. Tokyo: Akashi Shoten.

SMITH, Valene (ed.), 1989 *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press (2nd edition).

SU, Donghai, 2008 *The Concept of the Ecomuseum and Its Practice in China*. *Museum International*. Vol.60, No.1-2: 29-39.

VARINE, Hugus. de.

2005 *New Museology Movement and the Origin of the Word 'Ecomuseum'*. *Chinese Museum*. No.2: 36-38.

2006 *Ecomuseology and Sustainable Development*. *Museums & Social Issues*. Vol.1, No.2: 225-231.

WANG, Ning, 2000 *Tourism and Modernity: A Sociological Analysis*. Oxford: Pergamon.

YAMASHITA, Shinji; Din, Kadir H. and Eades, J. S. (eds), 1997 *Tourism and Cultural Development in East Asia and Oceania*. Bangi, Malaysia: University of Malaysia Press.

2.4. La tourismisation des sites: découverte de pistes et cartographie des pratiques sociales

The turismization of places: discovering paths and mapping social practices

Teresa Cristina de Miranda Mendonça

Université Fédérale Rurale de Rio de Janeiro

Teresa Cristina de Miranda Mendonça (tecaturismo@yahoo.com.br) est docteur en Sciences Sociales, diplômée de l'Université de l'état de Rio de Janeiro (PPCIS/UERJ) et maître en Psychosociologie des Communautés et en Écologie Sociale, diplômé de l'Université Fédérale de Rio de Janeiro (EICOS/UFRJ). Professeur titulaire de l'Université Fédérale Rurale de Rio de Janeiro (UFRRJ). Travaille principalement sur les thèmes de recherche suivants : tourisme de base communautaire, tourisme et protection de l'environnement et anthropologie du tourisme.

Résumé

A la recherche de significations associées à ce qui est constitué comme tourisme, tant dans le discours et les représentations, que dans les pratiques et les rapports sociaux institués à Ilha Grande (Rio de Janeiro, Brésil) – en « découvrant des pistes », et en cartographiant les pratiques sociales, sachant qu'il n'y a pas de scénario tout prêt pour la vie sociale et culturelle – j'en suis venue à la thèse de la « tourismisation ». On s'attache alors à comprendre le tourisme comme axe conducteur des rapports institués, constituant un système de valeurs qui marque l'art de vivre local.

Mots-clés: Tourismisation. Touristification. Environnementalisation. Région

Abstract

In search of meanings referred to what is meant by tourism, on both discursive and representational levels, as far as social practices and relations found in Ilha Grande (Rio de Janeiro, Brazil) are concerned- discovering paths, mapping social practices, and realizing that there is no script for social and cultural life, I have come to the theory of turismization. Therefore, I make an attempt to understand tourism as a phenomenon viewed as a guiding axe of the relations found in places, comprising a system of values that qualifies the local way of living.

Key-words: Tourismization. Touristification. Environmentalization. Region

I. Introduction

Je vais sur le terrain à la recherche des significations liées à ce qui est constitué comme tourisme, tant dans les discours et les représentations, que dans les pratiques et les rapports sociaux institués à Ilha Grande (Angra dos Reis, Rio de Janeiro, Brésil). C'est Diegues (1997; 1998) qui me poussera à réfléchir sur le tourisme à Ilha Grande et ses représentations quand il souligne deux éléments qui démarquent et situent les espaces insulaires dans la contemporanéité: l'image des îles-paradis convoitées par les touristes, les artistes et diffusée par les médias et la dichotomie paradis-enfer, résultat de la sélection de diverses îles comme sites propices à l'implantation d'installations d'isolement des individus.

La divulgation des paradis, surtout tropicaux, soi-disant restés à l'abri des progrès de la société moderne, a gagné du terrain dans les moyens de communication, attirant de plus en plus de gens désireux de les explorer. Dans la foulée, les agences de tourisme se sont approprié le paradis et ont transformé plusieurs îles en marchandises à plaisirs, à loisirs, principalement pour des « clients spéciaux » (Diegues, 1997), une élite à haut pouvoir d'achat. L'image de l'île-paradis a ainsi été absorbée et divulguée par les moyens de communication et est vendue par les sociétés de tourisme comme symbole du naturel, du primitif, de l'unique et d'un morceau du paradis perdu (Diegues, 1997; 1998). Comme le soulignent aussi Coëffé et Violier (2008, p. 3):

Le paradis touristique renvoie inmanquablement, dans la société occidentale, à l'île tropicale à tel point que les fonds de nos piscines sont peints en bleu de manière à mimer le lagon. Ce motif esthétique est en filiation avec les découvreurs du XVIII^e siècle qui avaient retrouvé le paradis perdu – par la « civilisation » – dans l'insularité tropicale.

La dichotomie entre paradis et enfer, fait référence, selon Diegues (1997, p. 14; 1998), aux représentations symboliques des îles qui « sont marquées par les extrêmes: d'un côté le lieu paradisiaque, et, de l'autre, le lieu infernal, maudit, d'isolement et de mort. » Le lieu d'isolement et de mort s'est caractérisé par la présence d'établissements comme les lazarets, lieux de ségrégation d'individus au nom de la prévention de maladies et d'épidémies, ou les prisons, à des fins d'isolement de ceux qui étaient considérés comme criminels, c'est à dire comme des menaces pour la société.

Ilha Grande est aussi un espace insulaire dont l'histoire est habitée par la dichotomie paradis-enfer, car ces deux cas de figure y ont coexisté pendant près de 100 ans. En 1995, Monken prévoyait que la fin du système pénitentiaire sur l'île signifierait le changement de fonction d'un lieu marqué par la prison, où jusqu'alors un cadre socio-environnemental était installé

autour de la pêche, associée à des pratiques agricoles traditionnelles, qui subirait désormais l'impact plus direct des potentialités du paysage pour devenir, de fait, un lieu consacré au tourisme et aux loisirs. La prédiction de Monken s'est réalisée. L'implosion de l'Institut Pénal Cândido Mendes, en 1994, aura été un facteur déterminant dans l'augmentation du flux de visiteurs sur Ilha Grande et marquera le début de la phase d'affirmation du tourisme. En effet, on assistera sur place à la montée en puissance d'un tourisme qui se présente pratiquement comme « une monoculture », comme dirait Krippendorf (1989). C'est pour cela que sur lui reposent la responsabilité du sauvetage de l'île, mais aussi des problèmes socio-environnementaux, du point de vue des habitants.

Dans ce contexte, quelles voies choisir pour atteindre les objectifs de l'étude ? Comment rechercher des significations, des représentations, comment comprendre les rapports sociaux et les discours dans ce « paradis » où la nature et le tourisme constituent deux éléments servant de stratégie pour la survie d'une grande partie de la population et comme stratégie politique et économique des pouvoirs publics ?

Méthodologie, cartographie des pratiques sociales

C'est la ligne de pensée de Barth (2002) et Ingold (2005) que j'ai suivie sur le terrain de recherche, dans le sens où je me suis attachée à devenir « une découvreuse de pistes », réalisant une analyse des processus dans un contexte envisagé comme une matrice en mouvement. Je rappellerai deux affirmations qui ont guidé ma démarche méthodologique. La première, de Ingold et Hallam (2007, p. 12) qui disent qu'« ...il n'y pas de scénario pour la vie sociale et culturelle... ». Ils expliquent que la vie ne peut suivre un scénario, car elle ne se déroule pas dans un monde immuable mais dans un monde en mouvement. Tous deux suggèrent une analyse qui envisage « la société » comme un processus. Et Barth (2002, p. 172) déclare de son côté, que « ce que nous appelons sociétés, ce sont des systèmes désordonnés, caractérisés par l'absence de fermeture. »

Autant Tim Ingold que Barth, en proposant une analyse des processus sur des systèmes désordonnés et ouverts, lancent un défi au sociologue, et en particulier à l'anthropologue, qui se traduit par la question que pose Barth (2002, p. 172): « Comment toutefois, conceptualiser et décrire des systèmes désordonnés et ouverts ? » Ils décrivent les précautions à prendre pour une meilleure compréhension des « communautés » dites complexes, considérant que l'objet de l'observation est un processus et non quelque chose de statique, car selon Barth (p. 112-113)

Dans le raisonnement anthropologique conventionnel nous sommes amenés à le prendre [le sens de cohérence et d'ordre généralisé qui apparaît pendant

l'immersion sur le terrain] pour la preuve d'une consistance logique généralisée qui s'impose et imprègne tous les aspects de la signification et de l'action, à reconstituer comme règles de transformation d'un code linguistique ou l'emboîtement des pièces d'un puzzle. Ne serait-il pas, pourtant, plus utile de mettre au point une méthode capable de questionner et de cartographier la portée des enchaînements présents dans la culture locale, montrant qu'ils sont un artefact de la vie dans un contexte à petite échelle et à dense sociabilité ?

Autant Ingold que Barth présentent leurs conceptions, et indiquent quelques pistes d'analyse de ces systèmes « processuels et désordonnés ». Tim Ingold suggère la distinction entre deux actions: découvrir des pistes et « cartographier ». D'après lui (2005, p. 23-24):

Découvrir une piste c'est aller de l'avant en suivant une ligne de croissance, dans un monde dont la configuration n'est plus exactement la même d'un moment à l'autre, et dont la configuration future n'est pas complètement prévisible. Les pistes de la vie ne sont donc pas prédéterminées, telles des routes à suivre, mais doivent être continuellement élaborés sous une nouvelle forme. Et ces pistes, loin d'être inscrites à la surface d'un monde inanimé, sont les fils même à partir desquels est tissé le monde vivant.

Pour Ingold (2005, p. 2), faire de l'anthropologue un « explorateur de pistes » c'est en faire un habile « acteur perceptif » dans un cadre donné, qui « pressent le cap vers son objectif, ajuste continuellement ses mouvements en réponse au monitoring perceptif continu de son environnement. » Cet « explorateur de pistes » commence par considérer que les lieux n'existent pas dans l'espace, mais, comme on l'a vu plus haut, dans une matrice en mouvement, appelée « région ». Pour le sociologue, aucune carte, pour plus sophistiquées que soient ses techniques d'élaboration, ne peut être affranchie des pratiques sociales. Pour Ingold (2005, p. 9): « Toute carte est forcément inscrite dans un mode de vie; mais le plus important est l'idée qu'elle est toujours « en cours », avec l'accent mis sur le vécu et le processus.

Les verbes « découvrir et cartographier », apparaissent aussi chez Barth (2002) quand il remarque que nous vivons dans un monde où la réalité est construite culturellement et où nous devons nous efforcer de voir comment sont produites socialement les formes de la culture et d'identifier les processus sociaux grâce auxquels se mêlent les divers courants des traditions culturelles. Barth nous fait remarquer que chaque courant obéit à une dynamique fondamentale différente. Il nous suggère de chercher

...une méthode pour découvrir et cartographier les formes significatives de cohérence dans la culture, non pas en méditant sur des formes et des configurations mais par l'identification de processus sociaux et l'observation empirique de leurs conséquences, c'est-à-dire en élaborant des modèles de leur *modus operandi*. Ainsi nous devons être capables d'identifier les parties prenantes dans les discours, et le segment du processus du monde infini, et dépourvu de sens auxquels elles confèrent sens et direction (Barth, 2002, p.

Voilà donc ce qui a inspiré dans mon travail sur le terrain et dans les diverses réunions publiques auxquelles j'ai participé. Je suis devenue une « découvreuse de pistes », consciente de ce que la vie sociale et culturelle ne suit aucun scénario et que dans le champ plus large des processus sociaux « l'activité sociale est une activité continue de production du monde. » (Barth, 2002, p. 126).

Les réunions publiques sous l'angle du rituel

En plus des allées et venues constantes sur le terrain, des conversations informelles et des entretiens avec divers acteurs sociaux, j'ai assisté à plusieurs réunions publiques auxquelles participaient des gens représentant divers groupes où l'on réfléchissait et débattait sur l'aménagement et la protection du « paradis d'Ilha Grande ». Tous ces actes publics étaient des réunions formelles, caractérisées comme forum de discussions animés et coordonnés par une institution, ici le secrétariat municipal à l'environnement et au développement urbain et l'Institut de l'Environnement, organisme de l'état de Rio de Janeiro. Pour moi ce forum fonctionnait comme espace social d'interactions et où se reproduisent des rapports motivés par des questions mises en discussion et où sont prises des décisions. C'est la raison pour laquelle ces réunions peuvent être considérées comme des rituels, des manifestations qui, selon Peirano (2003), sont constituées d'un répertoire de procédures à accomplir, et que j'ai observées comme des espaces très efficaces de transmission de valeurs, de connaissances, mais aussi pour régler des conflits et reproduire des rapports sociaux. En tant que discours symbolique, le rituel est capable de mettre en exergue certains aspects de la réalité et d'en dire autant que les rapports sociaux, car: « ...c'est la mise en avant, en *gros-plan*, d'un élément et d'une relation », des choses du monde social (Damatta, 1990, p. 69).

Cela m'a permis d'envisager ce qui se passait dans ces réunions comme une mise en scène des questions du quotidien des acteurs concernés, par le biais de paroles, d'actes, de niveaux divers de formalité, de redondance, de stéréotypes et de condensation. Mise en scène du quotidien, car dans les rituels s'inséraient des éléments présents dans la société et qui en disent long sur elle (Peirano, 2003), dans la mesure où ils « font, disent, révèlent, cachent et conservent des choses » (Damatta, 1990, p. 59) et dont j'ai tiré parti pour mieux connaître et comprendre le « paradis Ilha Grande ». C'était là aussi une opportunité pour « découvrir des pistes » sur la « région », c'est-à-dire sur la « matrice en mouvement ». Quand on « cartographie la région », on fait un *gros plan* sur les rapports sociaux influencés et traversés

par deux questions centrales: l'environnement et le tourisme, qui marquent et scindent l'histoire de l'île. Le tourisme comme salut pour la « région » est un discours qui imprègne la vie des habitants d'Ilha Grande et occupe une place correspondante lors des réunions.

La question environnementale: Ilha Grande et le « processus environnementaliste »

Ilha Grande, qui compte 9 233 habitants, est rattachée à la commune d'Angra dos Reis, sur le littoral sud de l'état de Rio de Janeiro (Brésil), dans la région touristique de la *Costa Verde*. Avec ses 193 km², elle est la seconde île océanique du Brésil, et elle est reconnue comme un des derniers sites préservés de forêt atlantique (*Mata Atlântica*) du pays. Elle apparaît à la 30^{ème} place au classement des 111 îles les mieux préservées de la planète, selon la revue américaine *National Geographic Traveller* (édition d'avril 2008).

Nous parlons donc d'une île qui abrite un patrimoine majeur de l'état de Rio de Janeiro, et quatre zones protégées sur son écosystème: le Parc d'état d'Ilha Grande (1971), la Réserve Biologique de Praia do Sul (1981), la zone de protection de l'environnement de Tamoios (1982) et le Parc marin d'état de l'Aventureiro (1990). Les actions de protection sur l'ensemble des îles, dont Ilha Grande, s'appuient sur les arguments suivants: les phénomènes d'extinction et de spéciation toujours associés à l'espace insulaire, constitué d'écosystèmes fragiles sous l'effet de l'isolement géographique (Furlan, 1997; 2001); et la matérialisation de l'environnement insulaire tropical « comme symbole d'un monde sauvage en voie de disparition... » (Diegues, 1997, p. 25). Ainsi, la solution retenue, pour sauver les espaces insulaires, a été de les transformer en zones formelles de protection de la nature, afin d'en assurer la préservation (Diegues, 1997).

L'histoire des mesures de protection de l'écosystème d'Ilha Grande permet de mieux comprendre le processus, toujours en activité, d'environnementalisation de la « région ». Selon Lopes (2006), on le retrouve sous les diverses formes de la « question publique de l'environnement » et il entraîne des transformations tant au niveau de l'Etat que du mode de vie et du comportement des individus. Ainsi Correa (2006, p. 87) parle de l'environnementalisation comme d'une éthique, une manière de se comporter, une étiquette, propagées par le processus environnementaliste: « un type particulier de processus 'civilisateur' qui se traduit par une vague environnementalisatrice qui inonde plusieurs champs de la vie sociale, à partir d'un moment donné. »

Si d'un côté, on peut comprendre la création de zone protégées et autres mesures de protection de la nature, dans l'optique de l'environnementalisation, d'un autre, il s'agit de voir

comment ce « processus environnementalisateur » (Lopes, 2006) a aussi contribué à faire de la nature le principal produit de l'île. La nature faite patrimoine est devenue la raison pour laquelle le tourisme s'est transformé en principale alternative de survie pour ses habitants, incentivado também par la crise de la pêche.

Nous voici donc face au processus environnementalisateur d'Ilha Grande, absorbant un modèle exogène et globalisant, considéré par certains comme l'idéal pour la « région », et que Prado (2003) interprète comme une démarche « écologico-civilisatrice » apportée de l'extérieur à partir d'une conjonction de plusieurs facteurs. Dans un lieu où l'idée de « préservation » est institutionnalisée, le processus environnementalisateur vient s'associer à la demande pour un certain tourisme et un touriste souhaitable pour le lieu, susceptibles de faire converger les pratiques liées au tourisme et l'écologie. Ainsi le tourisme, tout en devenant planche de salut, en termes d'emplois et de création de revenus, devient une possibilité d'activité à faible impact sur l'environnement.

La production du lieu touristique et le « processus tourismitateur »

Quand on découvre des pistes et qu'on « cartographie » les représentations dans le « paradis d'Ilha Grande », on se rend compte qu'au-delà de l'environnementalisation de l'île, l'île a également été touchée par le phénomène de la touristification, considéré comme une forme de conditionnement, d'utilisation et d'appropriation de l'espace par le tourisme (Cara, 1996), qui entraîne une réorientation de l'organisation et de l'offre d'activités pour ceux qui viennent de dehors – les touristes – et provoque des changements dans les configurations locales, guidés par des intérêts mercantiles (Issa; Denker, 2006). Knafou (1996) identifie trois sources de touristification de l'espace: les touristes, qui sont à l'origine du tourisme, car beaucoup d'endroits ne sont devenus touristiques que parce que les visiteurs les recherchaient et y sont arrivés (sans touriste il n'y a pas de tourisme); les marchés et leurs agents (économiques), responsables de la production et de la mise sur le marché des produits; et les planificateurs, qui organisent l'aménagement d'un site donné sur la base du tourisme.

Le processus de touristification des lieux s'est enrichi d'une connotation négative, en se caractérisant, pour certains, par des actions de transformation des espaces sans planification, négligeant les modes de vie locaux et provoquant un fort impact sur le patrimoine socioculturel et environnemental, au profit du nouvel acteur social – le touriste. De la même manière que Rodrigues (1996) et Silveira (1997) considèrent que la publicité aide à la touristification des lieux. Localement, l'image du paradis, employée comme stratégie de

marketing et de vente, est vue comme une des responsables de la touristification qui met en danger « le paradis d'Ilha Grande ».

On retrouve tous les éléments mentionnés ici dans la production d'Ilha Grande comme paradis touristique. La divulgation et la conséquente production de l'image de « l'île-paradis » ont eu leur influence sur la transformation de la destination touristique Ilha Grande, renforcée par la diffusion et la mercantilisation de la nature et du paysage par les médias, les hommes d'affaires et les pouvoirs publics. L'île a surtout subi ce que Knafou (1991) a appelé le pouvoir de subversion du tourisme, quand les sites, en devenant touristiques, changent profondément à la fois de statut et d'utilisation.

Ainsi, d'un point de vue d'anthropologue pour qui, à la manière de Tim Ingold (2005), les lieux ne sont pas figés, ils ont plusieurs histoires, l'île a subi une « tourismisation » parallèlement à son « environnementalisation ». Fort de ces observations sur la production des sites touristiques, dans le sens de leur touristification, en « découvrant des pistes », on adoptera une nouvelle approche des faits liés au tourisme. Il s'agira de comprendre le tourisme comme un phénomène socioculturel, au sein duquel il est lui-même envisagé comme un axe conducteur des rapports institués dans les lieux, constituant un système de valeurs qui marque le mode de vie de la « région », et trouvant un reflet dans les discours et les pratiques (Mendonça, 2011). La notion de tourismisation ici proposée s'inspire des travaux de Lopes (2006, p. 34), sur l'environnementalisation en tant que « néologisme semblable à bien d'autres, employés dans les sciences sociales, pour désigner des phénomènes nouveaux ou de nouvelles perceptions de phénomènes envisagés dans le cadre d'un processus ». Par l'ajout du suffixe « isation » au mot tourisme, on veut indiquer qu'il s'agit là d'un processus historique de construction d'un phénomène, associé à un processus d'intériorisation des différents aspects du tourisme par les groupes et par les individus, qui joue sur les rapports et le mode de vie d'un lieu donné (Mendonça, 2011).

Le terme de tourismisation s'inspire de Norbert Elias (1993; 1994), sur le « processus civilisateur ». Réfléchissant sur la trajectoire du tourisme et ses représentations à Ilha Grande, envisagé en tant que fait social et processus qui implique de nouvelles conduites à adopter et la transformation des comportements – éthiques et étiquettes – je reprends à mon compte le référentiel de Lopes et Corrêa sur le processus environnementalisateur. Poursuivant l'analogie, je considère que la tourismisation sur l'île est liée à un processus que je qualifierai de « tourismisateur ».

De la même manière, il convient de reconnaître que ce processus – étudié dans le cadre local

d'Ilha Grande – décline ce qui se produit au niveau mondial, la tourismsation de l'île pouvant être considérée comme une manifestation locale de la tourismsation au niveau mondial. En ce sens mondial, il faut considérer le tourisme comme « un état de fait social, économique et politique de grande envergure » comme l'indique Krippentorf (1989, p. 22).

Le processus tourismsateur d'Ilha Grande peut donc être pensé dans un contexte mondial, quand le nombre de voyageurs augmente chaque jour dans le monde entier, ce qui confère du standing au tourisme, principalement du point de vue économique, et qui a généré divers discours et valeurs hégémoniques comme: (1) le tourisme est une activité rédemptrice, une des plus importantes activités économiques mondiales, une des plus créatrices d'emplois du monde; le volume d'argent qui y circule le hisse au niveau de l'industrie pétrolière ou de l'armement, et en fait une des forces de transformation du monde postindustriel; (2) la pratique du tourisme devient une nécessité de l'être humain, de plus en plus recherché par une société urbaine avide de paysages naturels perçus comme originaux ou capables d'inspirer la paix, le bien-être, une sensation de vie saine, de dépaysement, à l'opposé aux lieux d'origine, et; (3) l'écotourisme est le segment qui connaît la plus forte croissance, par rapport aux autres typologies de tourisme; (4) le tourisme est l'une des activités les plus compatibles avec les actions de protection de l'environnement.

On soulignera aussi la façon dont le tourisme s'insinue peu à peu dans la vie locale. La force et la marque du tourisme – « l'âme d'Ilha Grande » et « la porte ouverte par Dieu » - sur la vie de la « région » est illustrée par les propos de deux habitants:

Le monde est comme ça. C'est l'époque qui le veut, une chose diminue [la pêche] et l'autre augmente. Aujourd'hui c'est le tourisme. Le fort d'Ilha Grande c'était le poisson. Il a disparu, vous êtes arrivés, le tourisme aussi. Vous avez vu la quantité de bateaux pour le tourisme ? Les bateaux servaient à la pêche. Pourquoi a-t-on arrêté la pêche ? [...] Disons que sur les plus grands bateaux de pêche, il y avait 23 hommes d'équipage. Aujourd'hui il y en a 3. Y a qu'à démarrer le moteur, un capitaine et un autre pour lancer la corde... Vous montez sur le bateau, avec vos pieds, vous faites un petit saut, vous mettez la main à la poche et vous donnez. [...] Le poisson du pêcheur maintenant c'est le touriste [...] Le tourisme c'est... disons... c'est l'âme d'Ilha Grande [...] (Habitant du hameau d'Abraão)

Quand j'étais petit, les gens vivaient de la pêche, on pêchait le poisson, on l'amenait en barque à moteur à Angra. A l'époque de mon père, il n'y avait même pas de moteur, il fallait ramer; et sur le lopin de terre, on se tuait à planter du manioc, des haricots, il fallait en tirer le maximum pour survivre, on n'achetait à Angra que ce qu'on ne pouvait pas tirer de la terre d'ici. Mais aujourd'hui, avec la protection de la nature, tu ne peux plus abattre un arbre,

ni ici, ni ailleurs. Dieu a ouvert une autre porte qui est le tourisme, vous comprenez ? Si on regarde bien, je crois que l'agriculture détruisait plus que le tourisme (Habitant du hameau d'Aventureiro).

Ce qu'on remarque sur place c'est que le tourisme se présente presque comme une « monoculture », comme le dit de Krippendorf (1989). C'est ainsi qu'Ilha Grande « tourismisée », reçoit chaque jour un nouveau projet lié au tourisme qui s'attache à orienter et à planifier l'activité au sein de perspectives variées, en plus des lois et arrêtés municipaux qui tracent des lignes directrices pour le tourisme. Le tout obéit à une « étiquette – qui fixe des normes en faveur du tourisme; des prescriptions que doivent suivre les pouvoirs publics et les entrepreneurs locaux; et des normes de comportement des visiteurs et des visités. Le cas du *forró*⁴⁴ est un bon exemple de la tourismisation de l'île: « Le *forró* sur l'île c'est fini !... Les voisins se plaignent du bruit » comme le dit une habitante née à Vila do Abraão, en parlant des patrons des auberges qui exigent le silence pour ne pas déranger leurs clients; ce sont de nouveaux acteurs sociaux à configurer le nouveau mode de vie dans le hameau et qui exigent un nouvel « ordre » local.

Découvrir des pistes m'a permis de comprendre la trajectoire du tourisme sur l'île à la manière de Norbert Elias (1993; 1994) à propos du processus civilisateur. Expliquant le modèle de transformation sociale par la relation société-individu, qui se construit simultanément, l'un influençant l'autre, pense en tant qu'ensemble de configurations, d'articulations et de relations, Elias considère que ce processus est responsable des changements dans les conduites et les sentiments humains, qui donne naissance à « ... un ordre *sui generis*, un ordre plus résistant et plus fort que la volonté et la raison des individus isolés qui le composent » (Elias, 1993, p. 184).

Pour lui, Il s'agit d'un processus de réorganisation des rapports humains qui s'est accompagné simultanément de changement dans les manières et dans la structure de la personnalité de l'homme, et dont le résultat est sa conduite et ses sentiments « civilisés ». Un processus où

la civilisation n'est pas 'raisonnable', ni 'rationnelle', ni 'irrationnelle'. Elle est mise en mouvement aveuglément et maintenue en mouvement par la dynamique autonome d'un réseau de relations, par des

⁴⁴ Le « *forró* » est un genre de musique et de danse typique du Nord-est brésilien, mais joué et dansé dans presque tout le Brésil. A Ilha Grande, c'était la musique des fêtes de familles et des bals pour les habitants de l'île et des touristes.

changements spécifiques de la manière dont les individus se voient contraints de vivre. (Elias, 1993. p. 195).

Mendonça (2011) considère que la tourmisation d'Ilha Grande s'est produite en lien avec divers facteurs: un système social de monopolisation des moyens économiques, de production et de communication; des réseaux politiques aux polarisations extrêmes; des contextes sociaux, politiques et économiques d'incertitudes et d'instabilités diverses; et un discours civilisateur sur le tourisme en tant que « salut » pour les gens et les sites – tout le processus a débouché sur la tourmisation de l'île. Celle-ci n'est cependant pas le fruit d'un mouvement unique et n'est pas simplement le résultat d'un mécanisme de contrainte de ce système monopolisé et aux polarisations extrêmes, mais il est aussi lié à une auto-réflexion, aux négociations et aux réponses des individus impliqués dans ce processus de transformation sociale vers de conduites et de sentiments tourmisés. Le processus tourmisateur est ici traversé par une relation continue entre contrainte et adhésion, où est présente une permutation civilisatrice entre l'individu et la société.

De la même manière, il faut reconnaître que l'Ilha Grande n'est pas homogène, qu'elle se divise en plusieurs « autres îles », selon les diverses communautés qui habitent chaque baie, et c'est la raison pour laquelle on trouvera des manifestations différentes de cette tourmisation. Elles illustrent « l'indigénisation » dont parle Sahlins (1997, p. 48): « Les individus organisent leurs expériences selon leurs traditions, leur vision du monde, qui portent en elles la morale et les émotions inhérentes à leur propre processus de transmission. Les individus ne découvrent pas simplement le monde: il leur est appris. » Les effets spécifiques des forces et des pressions diverses sur un groupe social donné dépendent directement des façons dont ils sont intégrés par les schèmes culturels locaux. La tourmisation d'un lieu obéira à des configurations locales, dans un dialogue avec le processus tourmisateur – selon ce que Sahlins appelle l'indigénisation de la modernité.

II. Conclusion

En correspondance avec ces représentations du tourisme comme « âme de l'île », comme quelque chose qui est « un fait » et « irréversible », car « tout s'est tourné vers le tourisme », « le poisson du pêcheur aujourd'hui c'est le touriste », « une porte ouverte par Dieu », comme on l'a cartographié, je constate à quel point les activités liées au tourisme imprègnent la vie à Ilha Grande, au niveau des pratiques et des relations, réalisant ce que j'appelle la tourmisation du site. Je comprends que l'île tout entière vit la tourmisation, un phénomène

qui joue sur le lieu symbolique - des rapports humains, des représentations, de significations, identitaire et historique. C'est cette « âme tourisme », qui baigne la vie sur l'île, mène les habitants de la baie du Bananal, « en deuil », après la tragédie – plusieurs morts – provoquée par un glissement de terrain sur des maisons et sur une auberge provoquée par des pluies diluviennes à l'époque en décembre 2009, à se frayer une place dans les médias et à lancer un appel au secours pour la « reconstruction de la communauté, du paysage et de la vie ». Toute la reconstruction dont ils parlaient était directement liée à la revitalisation du tourisme, car dans cette petite baie, si dépendante de cette activité, on trouve six auberges.

Envisageant la tourismisation comme processus civilisateur, je perçois que ce phénomène est lié à un contexte mondial et universalisant, conduit par le pouvoir de subversion du tourisme, responsable non seulement de la modification du statut et de l'utilisation des lieux, comme le dit Knafou, mais également de l'impact sur les relations, les modes de vida et les identités.

Atteints par cette forme de colonisation, d'imposition de valeurs et d'étiquettes axés autour du tourisme, à Ilha Grande, les habitants incorporent cette composante du « système mondial » à « leur propre système de monde ». Il s'agit surtout ici d'analyser, d'une manière plus large, comme se produit la rencontre du processus tourismisateur et du schème culturel de chaque site de l'île. Pour ce faire, la tourismisation de l'île doit être révélée dans ses différentes manifestations et traductions, ce qui réaffirme l'idée selon laquelle le tourisme lui-même doit être traité comme phénomène social se manifestant de diverses manières, qui acquiert des particularités locales et ne génère pas un produit ou des résultats standardisés, ce qui nous ramène à l'orientation méthodologique initiale selon laquelle il n'est pas de scénario pré-écrit pour la vie sociale ou culturelle. Penser la tourismisation des lieux, c'est découvrir et faire la cartographie d'une « région », où les pratiques sociales, le vécu, l'identification des processus sociaux par l'observation empirique, l'acte de « cartographier » les enchaînements existants dans la culture locale nous révéleront la façon dont ce processus se constitue dans une « région » donnée.

Bibliographie

BARTH Fredrik. *A Análise das culturas nas sociedades complexas*. In: _____. *O guru, iniciador e outras variações antropológicas*. Rio de Janeiro: Contra Capa, 2002.

BOURDIEU Pierre. *O poder simbólico*. Ed. 11. Rio de Janeiro: Bertand Brasil, 2007.

CARA Roberto Bustos. *El Turismo y los procesos de transformación territorial*. In: RODRIGUES A. A. B. (Org). *Turismo e geografia: reflexões teóricas e enfoques regionais*. São Paulo: Hucitec, 1996. p. 86-93.

COËFFÉ Vincent et VIOLIER Philippe. *Les lieux du tourisme : de quel(s) paradis parle-t-on ? Variation sur le thème de l'urbanité touristique*. *Revue de Sciences Humaines*, n. 4, set, 2008.

COMERFORD John. *Reuniões camponesas, sociabilidade e lutas simbólicas*. In: PEIRANO, Mariza. *O dito e o feito: ensaios de antropologia dos rituais*. Rio de Janeiro: Relume Dumará; 2002. p. 149-170.

CORRÊA Silvia Borges. *O processo ambientizador e a etiqueta ambiental da empresa que pensa verde: o caso da companhia siderúrgica nacional*. 2006. 178 f. Tese (Doutorado em Ciências Sociais) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, 2006.

CRICK Malcom. *Representations of international tourism in the social sciences: sun, sex, sights, savings and servility*. *Annual review of anthropology*, v. 18, 1989, p. 307-344.

DA MATTA Roberto. *Carnavais, malandros e heróis*. 5 ed. Rio de Janeiro: Guanabara Koogan, 1990.

DIEGUES Antonio Carlos. *As Ilhas e Arquipélagos Tropicais Brasileiros: práticas sociais e simbólicas*. In: DIEGUES, A. C. (Org). *Ilhas e sociedades insulares*. São Paulo: NUPAUB, 1997. p. 3-36.

DIEGUES Antonio Carlos. *Ilhas e mares: simbolismo e imaginário*. São Paulo: Hucitec, 1998.

ELIAS Nobert. *O processo civilizador*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar: 1993.

ELIAS Nobert. *O processo civilizador*. 2 ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar: 1994.

FURLAN Sueli Angelo. *As ilhas do litoral paulistas: turismo e áreas protegidas*. In: DIEGUES, A. C. (Org). *Ilhas e sociedades insulares*. São Paulo: NUPAUB: 1997. p. 37-66.

FURLAN, S. A. *Unidade de conservação insular: considerações sobre a dinâmica insular, planos de manejo e turismo ambiental*. In: LEMOS, A. I. G. de. *Turismo: impactos socioambientais*. São Paulo: Hucitec, 2001.

INGOLD Tim et HALLAM Elizabeth. *Creativity and cultural improvisation: an introduction*. In: _____. *Creativity and cultural improvisation*. Oxford: Berg, 2007. p. 1-24.

INGOLD Tim. *Jornada ao Longo de um caminho de vida: mapas, descobridor-caminho e navegação, Religião e Sociedade*. 2005, v. 25, n 1, p. 76–110.

ISSA Yara Silva M. de Melo et DENCKER Ada de F. Maneti. *Processos de Turistificação: Dinâmicas de inclusão e exclusão de Comunidades Locais*. V SeminTUR – Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL. Universidade de Caxias do Sul – Mestrado em Turismo Caxias do Sul, RS, Brasil – 7 e 8 de Julho de 2006.

KNAFOU Remy. *L'invention du lieu touristique: la passation d'un contrat et le surgissement simultané d'un nouveau territoire*. In: *Revue de géographie alpine*. 1991, Tome 79 N°4. p. 11-19.

KNAFOU Remy. *Turismo e território. Para um enfoque científico do turismo*. In: RODRIGUES A. A. B. (Org) *Turismo e geografia: reflexões teóricas e enfoques regionais*. São Paulo: Hucitec, 1996. p. 62-74.

KRIPPENDORF Jost. *Sociologia do Turismo: para uma nova compreensão do lazer e das viagens*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1989.

LOPES José Sérgio Leite. *Sobre processos de ambientalização dos conflitos e sobre dilemas da participação*. Horizontes Antropológicos, Antropologia e Meio Ambiente, Porto Alegre, ano 12, n. 25, 2006. p. 31-64.

MENDONÇA Teresa Cristina de Miranda. *Que paraíso é esse?: a turismização da Ilha Grande*. 2010. 341f. Tese (Doutorado em Ciências Sociais) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, 2010.

MONKEN Mauricio. *A noção de lugar no estudo da realidade na Ilha Grande/RJ*. 1995. 210f. Dissertação (Mestrado em Planejamento Urbano e Regional) - Centro de Ciências Jurídicas e Econômicas, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 1995.

NATIONAL GEOGRAPHIC TRAVEL. Disponível em: <http://www.nationalgeographic.com/traveler/features/islandsrated0711/islands_southamerica.html#71>. Acesso em: 10 de abril de 2008.

PEIRANO Mariza. *Rituais ontem e hoje*. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

PRADO Rosane Manhães. *Tensão no Paraíso: aspectos da intensificação do Turismo na Ilha Grande*. 7.ed. Caderno Virtual de Turismo, Mar, 2003.

RODRIGUES Adyr Balastrieri. *Percalços do planejamento turístico: o Prodetur - NE*. In: _____ (Org). *Turismo e geografia: reflexões teóricas e enfoques regionais*. São Paulo: Hucitec, 1996. p. 147-162.

SAHLINS Marshall. *O pessimismo sentimental e a experiência etnográfica: porque a cultura não é um objeto em vias de extinção*. Parte I. *Mana*, v. 3, n.1, p. 41-73, 1997.

SAHLINS Marshall. *O pessimismo sentimental e a experiência etnográfica: porque a cultura não é um objeto em vias de extinção*. Parte II. *Mana*, v. 3, n.2, p. 103-150, 1997.

2.5. Le rôle des Syndicats d'initiatives dans la construction identitaire de la France entre 1890 et 1970

The role of Tourist information offices in the construction of France's identity between 1890 and 1970

Julie MANFREDINI

Université Paris I

Julie MANFREDINI (jmanfredini2312@aol.com) est doctorante à l'université de Paris I sous la direction de Pascal Ory depuis septembre 2009. Ma thèse porte sur *le rôle des Syndicats d'Initiative et des Offices du Tourisme dans la construction de l'identité française de la fin XIXe aux années 1970*. En 2006, j'ai reçu le premier prix d'histoire de l'Académie du Var pour mon mémoire sur le *centre naturiste Héliopolis de l'île du Levant de 1931 à 1939*. Une publication de ce travail est en cours avec les éditions C'est-à-Dire, dont la sortie est prévue pour fin 2012, et j'ai effectué une conférence sur ce sujet à Hyères en août 2011. En juin 2010 j'ai participé au colloque de St-Brieuc organisé par Patrick Harismendy intitulé « *les initiateurs du tourisme* » qui a donné lieu à une publication en 2011. En avril dernier, j'ai été invité par le comité directeur de l'OT d'Hyères pour évoquer l'histoire du SI de la ville dans le cadre de la préparation de la saison touristique. J'ai obtenu mon master en sciences humaines à l'Université de Provence et je suis membre de l'association pour le développement de l'histoire culturelle (ADHC).

Résumé

De la fin du XIXe siècle aux années 1970, les SI ont joué un rôle essentiel au sein du tourisme réceptif. Ils ont su pallier le manque d'organisation touristique nationale et organiser la mise en tourisme de leur espace local. A leur tête, les notabilités culturelles ont su œuvrer pour la patrimonialisation des localités et la création de leur identité. Acteurs des « petites patries », les SI ont révélé la place des régions dans la construction identitaire de la France. C'est par leur dynamisme et l'extension de leurs missions qu'ils ont laissé une trace dans l'organisation touristique française.

Mots clefs: Tourisme, Syndicats d'Initiative, Identité, "Petites patries", patrimoine.

Abstract

From the end of the 19th century to the 1970s, tourist information offices played an essential role in incoming tourism. They managed to compensate the absence of a national touristic organization and set up tourism in their area. The cultural notabilities at their head worked for the patrimonialization of their localities and the creation of their identity. Actors for the "little homelands", tourist information offices revealed the place held by the regions in the construction of France's identity. It is through their dynamism and their extensive missions that they left a mark in the French touristic organization.

Keywords: Tourism, tourist information offices, identity, "Little Homelands », heritage.

I. Introduction

En 1889, au cœur du café Cartier à Grenoble, une discussion entre plusieurs grenoblois dont Jullien-Février révèle la mise en valeur touristique des montagnes Suisses par des associations. Le récit de cette découverte, faite de l'autre côté de la frontière, interpelle ces grenoblois notamment lorsque Jullien-Février évoque « l'imaginatif déployé par chacun pour mettre en valeur [...] tout ce qui peut attirer et retenir les visiteurs » (Goujon, 1989, p11). La réunion du 15 avril 1889 crée une association qui « essaiera de faire pour Grenoble ce que les sociétés de Genève, de Lausanne, Lucerne, Interlaken ou Bruxelles ont fait pour leur ville » (Goujon, 1989, p12). Le premier syndicat d'initiative français est né.

Le terme SI est censé symboliser toutes les forces fédératrices rassemblées dans cette structure ainsi que les sociétés qui y adhèrent telles pour Grenoble la société Alpine, la société des courses et les amis des arts. D'où la forme associative qui valorise l'action volontaire et dynamique de ses membres. Le pouvoir fédérateur ne doit pas être une obligation mais la participation au SI et à son action au sein d'une ville voire d'une région doit venir d'un engagement personnel qui se fait vis-à-vis de sa « petite patrie » mais également envers la nation toute entière. Avant la fin du XIXe siècle, deux cent SI voient le jour en France mais leur âge d'or date plutôt de la Belle époque. La période est propice au développement des voyages et du tourisme. La ferveur ferroviaire, accompagnée des débuts de l'industrie automobile, permet des déplacements plus longs et une meilleure accessibilité qui s'accompagne d'un confort activement recherché par les touristes. De la part des localités, c'est donc la course à l'équipement mais pour bien faire elles ont besoin de coordonner cette modernisation d'où le rôle progressivement dévolu aux SI. S'ajoute également l'engouement pour les multiples expositions universelles⁴⁵ qui se succèdent en France et proposent les innovations des nouvelles puissances industrielles. La France devient la référence culturelle de l'Europe et construit son identité sur cette suprématie. Dès lors, les flux touristiques augmentent et la question de la gestion des touristes se pose. Jusque-là les associations dites de tourisme avaient pour vocation d'organiser le déplacement des touristes français à l'étranger⁴⁶. Ces organismes coexistaient avec de nombreux comités de passionnés mettant en

⁴⁵ Les expositions universelles se succèdent en France depuis 1855. L'apogée reste celle de 1900 avec le succès de la Tour Eiffel consacrant la vocation touristique et culturelle de la France.

⁴⁶ La multiplication de ces associations est parfaitement visible à Lyon où celles-ci naissent à profusion. Pour n'en citer que quelques unes : la caravane lyonnaise, l'association des touristes lyonnais ou l'union des touristes français.

valeur la montagne, les routes ou l'organisation des fêtes et de la publicité. C'est par exemple le cas du comité des promenades de Gérardmer qui est une organisation avant-gardiste née dans les Vosges en 1875. Devenue station touristique après le voyage de Napoléon III, Gérardmer a créé ce comité grâce auquel les SI postérieurs trouvent également leurs origines même si Grenoble, dont les statuts sont pris en référence par les SI, reste le modèle par excellence⁴⁷.

Ces SI naissent dans un contexte très particulier. D'une part, c'est celui d'un engouement pour la culture, la modernité et le goût du voyage. Etre à la recherche de l'autre, de ses racines comme de son identité, pour finalement retrouver sa propre identité, c'est le mot d'ordre des élites qui développent le tourisme, à commencer par le Grand Tour pratiqué par les anglais. Le tourisme de luxe lance le succès de certains territoires comme Nice et la renommée de ces espaces engendre une officialisation touristique avec l'émergence de grands noms tels la Côte d'Azur créée par Stephen Liégeois en 1887 ou la Côte d'Emeraude, nom créé en 1906. En ce début du XXe siècle, la notion de loisir se développe progressivement (Rauch, Paris, 2001). D'autre part, durant la Belle Epoque, le tourisme sert d'outil pour cultiver l'amour de la patrie afin de maintenir l'envie de la défendre en cas de guerre. Catherine Bertho-Lavenir rappelle qu'« il est bon pour la patrie d'explorer les routes de son pays » (Bertho-Lavenir, 1999, p 13). D'où l'importance prise par les SI qui, par la mise en valeur des « petites patries », dynamisent le sentiment d'appartenance nationale des français et vivifient leur patriotisme. Après la défaite de 1870, la France construit progressivement son sentiment revanchard vis-à-vis de l'Allemagne et le tourisme constitue un outil essentiel dans cette entreprise. Toutefois, le développement du tourisme ne vient pas, à l'époque, de l'Etat. En ce début du XXe siècle, et ce même si la fréquentation touristique de la France est importante, le tourisme n'apparaît pas comme un secteur économique essentiel. Par contre, la venue des touristes en France est primordiale pour que le pays puisse véhiculer son identité auprès de ses voisins européens. La grandeur de la France ne passe plus seulement par les victoires militaires mais plutôt par l'image de grandeur. C'est là qu'interviennent les SI, ces associations régies par la loi dès 1901 et qui rassemblent les populations locales pour mettre en valeur leur territoire et par là-même leur identité régionale voire nationale. Ils sont les artisans du tourisme réceptif au plus proche des touristes et au cœur de la société. Et constituent, par conséquent, un rouage

⁴⁷ Léon Auscher est l'auteur de l'ouvrage intitulé *Urbanisme et tourisme : la fonction des SI*, édité à Paris en 1920.

essentiel dans l'organisation touristique de l'époque.

En effet, le tourisme est sous l'autorité du ministère des travaux publics et il faut attendre 1936 pour qu'il appartienne au ministère des loisirs sous la direction de Léo Lagrange. C'est donc un domaine qui s'organise par le bas jusqu'en 1910, date de la naissance de l'Office National du Tourisme (ONT). Dès lors, c'est le premier âge de l'organisation touristique avec cette tentative de coordination des politiques touristiques au niveau national (Larique, Bordeaux, 2007). C'est d'ailleurs cet outil national qui a permis les Etats généraux du tourisme en 1913. Dans ses travaux, Bertrand Larique explique comment l'ONT tente de « rationaliser le mouvement de création des SI » de cette époque. Cependant, malgré cette tentative de rationalisation, l'organisation du tourisme reste principalement entre les mains d'organismes privés comme les SI. L'ONT est d'ailleurs rapidement remplacé en 1935 par le Commissariat général du tourisme.

L'apogée des SI semble être en 1937, lors de l'exposition internationale des arts et techniques à Paris. Les multiples pavillons, installés le long de la Seine, au Trocadéro et aux pieds de la Tour Eiffel, offrent une dernière fois avant la seconde guerre mondiale les innovations techniques et artistiques des différents pays participants. Mais le clou du spectacle c'est le village des régions françaises installé au cœur de l'exposition. Il est composé de pavillons construits selon l'image voulue par le comité de chaque région. Or, au sein de ces comités régionaux, constitués dès 1935 pour organiser chaque pavillon à l'intérieur comme à l'extérieur, les SI ont un rôle essentiel. Ce sont eux qui ont recensé les artistes locaux susceptibles d'exposer leurs œuvres composées spécialement pour cette occasion et répondant à des critères stricts de sélection. Ils ont participé à la création des plans de chaque pavillon et rassemblé les symboles les plus représentatifs de leur région. A la recherche de la modernité régionale, ils ont en réalité créé les stéréotypes réutilisés par la suite dans chaque région. Ils ont permis la valorisation du panthéon touristique des régions françaises composé de la gastronomie, de l'histoire et du patrimoine artistique. Travailleurs de l'ombre, ils ont offert aux visiteurs l'image d'une France unie dans la diversité de ses « petites patries ». L'Etat souhaitait donner au monde l'image d'une patrie pacifique et culturelle, nation des droits de l'homme et de la liberté, puissance légitime face à l'Allemagne mais surtout garante de l'identité européenne mise en danger par le Reich. Les SI ont œuvré dans ce sens mais peut-être cette mission était-elle trop ambitieuse ?

Cependant, après la seconde guerre mondiale, le rôle des SI a évolué. La problématique concernant le tourisme a considérablement changé puisque celui-ci est désormais pris en

compte par l'Etat. Dès 1942, la constitution des Comités Régionaux de Tourisme annonce cette deuxième tentative d'organisation touristique au niveau national. Le potentiel économique de ce secteur ne passe plus inaperçu. Or, les SI semblent bien démunis face à la nouvelle orientation touristique. Ils sont progressivement dépouillés de leurs vocations par l'émergence des CRT, dont le rôle est de les contrôler, et l'apparition des Offices du tourisme qui chevauchent les missions des SI. La recherche du profit et de la rentabilité ne correspond plus aux principes développés par les SI, associations qui se disent désintéressées. C'est la fin de l'altruisme et de la ferveur de ces premières associations. A l'heure du tourisme de masse des années 1950, les comportements ont évolué : les touristes consomment les territoires et obligent les organismes à renouveler rapidement leurs offres touristiques. En période de paix, ils recherchent une nouvelle identité. Elle est proposée semble-t-il sous la forme de rassemblements intellectuels (congrès) et sportifs. Ainsi la nouvelle sociabilité touristique qui émerge de cette période est le pendant de l'ancien patriotisme. A cela s'ajoute la construction d'une authenticité pour répondre aux attentes des touristes, de plus en plus friands de mise en scène. Dès lors, les SI semblent ne plus avoir un rôle aussi majeur que d'antan et tendent progressivement à disparaître.

Malgré leur longévité et leurs actions, les SI n'ont pas été particulièrement étudiés. Ils sont les grands oubliés des organismes touristiques et tombent progressivement dans l'oubli. Seuls les travaux de Bertrand Larique et de Victoire Moinard-Barbier évoquent ces associations. Que ce soit à travers leur vocation économique et leurs journaux officiels, les SI paraissent avoir joué un rôle au sein du tourisme français. Cependant, quel est leur véritable rôle au sein des réseaux touristiques ? Sont-ils des précurseurs ou de simples acteurs appliquant une politique nationale ? A l'aide de quels moyens ont-ils pu œuvrer dans la construction identitaire de la France ? Et, comment leur réflexion sur le tourisme a-t-elle pu bouleverser la vie de ses membres et de la population française en général ?

II. Le Syndicat d'initiative, un outil pour la construction identitaire de la France

Une association garante du passé

Ce que recherchent activement les touristes ce sont les traces du passé de la civilisation qu'ils sont venus visiter. Tout est bon pour les satisfaire : histoires, anecdotes, ruines. Or, auprès des touristes, les syndicats d'initiative français œuvrent pour la nation. Ils se sont donc mis à la conquête de cet héritage, plus communément appelé patrimoine, de leur ville voire de leur région. C'est pendant la Révolution française qu'est apparu ce besoin patrimonial. A une

époque de grands changements, la nation avait besoin d'une mémoire collective pour être cimentée. Le patrimoine est progressivement entré dans le panthéon touristique français (Melonio, 2001). D'où le foisonnement d'initiatives officielles concernant la protection de ces biens telles la création de la commission supérieure des monuments historiques (1837) ainsi que la première loi sur la protection de ces mêmes monuments en 1841. Le patrimoine est l'héritage commun de toute une nation et le pilier indispensable pour construire l'identité nationale. Il s'inscrit dans l'héritage politique, culturel et social fondamental de la Révolution sur lequel s'est fondée la nation française. Or, la construction patrimoniale de la nation s'est faite en parallèle à la construction de la nation elle-même. Là interviennent les SI qui, dès la fin du XIXe siècle, recensent méticuleusement les monuments devant être classés, les ruines à conserver ou à restaurer. Ils révèlent aux touristes l'histoire d'un lieu à travers leurs guides et les multiples circuits proposés. Ils mettent en valeur ce qui doit être vu créant par là-même une nouvelle géographie de la ville. Cependant, cette initiative vient-elle des SI ou d'une commande passée par l'Etat ?

A Hyères, c'est dans les années 1930 que la place du patrimoine s'est affirmée dans la politique touristique menée par le SI. L'impulsion est venue de son président, Félix Descroix⁴⁸, qui est à l'époque délégué de la commission départementale des sites et monuments au sein de la chambre climatique et touristique. Un poste qui lui confère le pouvoir d'appuyer la liste des monuments à protéger et à classer au sein de la ville d'Hyères mais également au sein de la région. Il a d'ailleurs montré un intérêt tout particulier au château de la ville dont la richesse archéologique et historique a été mise en avant. Félix Descroix a d'ailleurs écrit un ouvrage sur le sujet intitulé *Hyères, le vieux château*⁴⁹.

Un outil touristique progressivement utilisé par l'Etat

Lors de l'exposition internationale présentée à Paris en 1937, les SI ont eu un rôle central dans la préparation du village des régions, au cœur de l'évènement. C'est une époque de tensions européennes - avec la présence de voisins autoritaires comme l'Allemagne et l'Italie aux vues expansionnistes - lors de laquelle la France souhaite revaloriser sa réputation de puissance

⁴⁸ Félix Descroix est le président du SI de la ville d'Hyères dès 1924. Par le cumul des fonctions (vice-président de la chambre thermale et climatique, délégué de la commission des sites et monuments, ancien adjoint au maire), il a une position importante dans la ville mais aussi au sein de la région qui lui permet d'œuvrer activement pour le tourisme. Il a su placer Hyères au cœur des réseaux touristiques de la région. (Manfredini, mémoire Master II, 2005-2006).

⁴⁹ Ouvrage édité en 1924.

culturelle garante des libertés. Cette réaffirmation de l'identité française est saisie lors de cette exposition où le village des régions est l'occasion d'une « exhibition identitaire ».



Photographie du village régional à l'exposition de 1937, auteur inconnu, *Archives Nationales (France)*, F1212117.

Cet évènement « tout en servant les causes de la province [...] symbolisera l'union de tous les français »⁵⁰ car cette diversité des régions est à l'origine de l'unité nationale. Toutefois, elle constitue également un résumé de l'identité européenne (Thiesse, Paris, 2001). Cette exposition marque le triomphe du régionalisme de l'époque et l'internationalisation du folklore comme outil éducatif et récréatif (Thiesse, Paris, 2001). Pour ce faire, les réunions régionales se sont multipliées dès 1935 afin de rassembler les éléments à exposer au sein des pavillons régionaux.

⁵⁰ Citation prononcée par Edmond Labbé en 1936, lorsqu'il était commissaire général de l'exposition de 1937.



Article du journal de la Mayenne, *Archives nationales (France)*, F1212155.

Ce rassemblement de longue haleine et la réflexion identitaire qui y est attachée est dévolu aux SI et notamment à leurs fédérations régionales car les SI « sont de fidèles serviteurs du pays, de bons ouvriers de sa grandeur et de la paix ». Chaque pavillon est conçu au cœur des régions rassemblant toutes les spécificités d'un territoire. Trois domaines sont particulièrement bien présentés : l'identité gastronomique, l'artisanat (objet de l'exposition) et les paysages typiques de la région avec les sites et monuments à voir. Toutefois, l'autonomie des SI se pose puisque lors de cette préparation le commissariat général a orienté leurs choix, d'après les sources consultées. De plus, l'intervention de l'Etat et ses découpages régionaux arbitraires ne sont pas allés sans susciter des tensions lors de la constitution des comités régionaux devant transmettre le travail abattu par les SI. Les pavillons régionaux ont donc offert aux touristes le « spectacle infiniment varié d'une France au travail, d'une France qui ne veut pas être à l'instar de Paris et dont chaque région a une âme »⁵¹.

⁵¹ Nouvelle citation d'Edmond Labbé.



Photographie d'un pavillon, auteur inconnu, *Archives Nationale (France)*, F 1212403.

L'utilisation des SI par l'Etat est donc très ponctuelle et ne relève pas à cette époque d'une véritable politique touristique nationale. Toutefois, lorsque l'Etat commence l'organisation du tourisme français, la situation n'est pas à l'avantage des SI. Cette entreprise a été impulsée durant la seconde guerre mondiale sous le régime de Vichy. Les lois du 12 janvier 1942 et du 5 juin 1943 ont créé les Comités Régionaux du tourisme, nouvel échelon dans l'organisation nationale à venir, dans l'objectif de contrôler l'action des SI. La première initiative des CRT fut la distinction entre SI locaux et régionaux. Cette initiative avait-elle pour vocation l'affaiblissement de ces organismes ? Ces CRT avaient un pouvoir exécutoire utilisé dans le cadre de la publicité touristique et le développement régional. Or, « nulle association de tourisme, et notamment, nul SI [...] ou groupement de SI ne peut se constituer ni exercer son activité sans l'agrément du secrétaire d'Etat chargé du tourisme »⁵² patron des CRT. Dans ces conditions, les fondements même des SI sont remis en question tout comme leur autonomie. Progressivement, leur action ne semble plus être impulsée par leurs choix et leur réflexion sur le tourisme mais par les besoins étatiques. De plus, certains documents⁵³ révèlent un contrôle assidu des membres des SI, qui peut clairement être perçu comme une traque des juifs et des

⁵² Issu d'une lettre émise par le Commissariat général du tourisme, sur les CRT et sur les SI. Il date d'après la seconde guerre mondiale mais la date précise n'est pas mentionnée.

⁵³ Issus des archives départementales à Lyon.

non partisans du maréchal Pétain, sous entendu les résistants. Sous Vichy, les SI sont donc devenus des associations œuvrant pour le régime et non plus pour le tourisme. Cependant, ce constat n'a pu être établi qu'à partir d'un unique corpus de documents, recensé aux archives de Lyon. D'autres archives relatant l'action des CRT doivent être étudiées avant de pouvoir généraliser.

Les SI, Acteurs du tourisme réceptif : l'émergence d'une politique touristique locale

Malgré l'apparition de l'ONT en 1910, considéré comme le premier âge de l'organisation touristique en France, les SI restent le premier échelon de l'organisation touristique. Celui qui gère les flux de touristes, l'accueil, la publicité, les fêtes et l'accessibilité. Face à l'absence de l'Etat dans l'organisation touristique, les SI ont su développer leurs relations avec d'autres organisations telles le T.C.F ou le PLM⁵⁴. Certains SI, loin d'être isolés, ont de nombreux atouts. Ils cumulent un territoire attractif, une tradition touristique et la présence d'une personnalité influente à leur tête. Ces SI ont su développer une véritable réflexion touristique au niveau régional à l'aide d'un solide soutien municipal accompagné de lien avec la préfecture et les chambres d'industrie touristiques et climatiques. Ils ont donc progressivement créé une véritable coordination de l'action touristique au sein de leur région voire entre plusieurs régions. D'où la multiplication des fédérations de SI dès le début du XXe siècle⁵⁵, permettant ainsi une représentation officielle de ces associations à différentes échelles (départementale, régionale, nationale avec l'UFSI⁵⁶).

Au cœur de ces réseaux, certains SI apparaissent tels des fédérateurs par leurs liens avec les autres SI et les organismes locaux du tourisme. Leur dynamisme permet de fédérer les initiatives touristiques sans l'impulsion étatique. Le cas du SI de la ville d'Hyères, sur la Côte d'azur, illustre cette situation. Dirigé par Félix Descroix dès 1924, le SI est au cœur du réseau touristique de la région. Au sein de la fédération de la Côte d'Azur et de la Corse, Félix Descroix est un président assidu. Il a su œuvrer pour la création d'un syndicat intercommunal du littoral varois afin de coordonner les directives municipales. De plus, en permettant que la ville d'Hyères reçoive régulièrement les réunions du syndicat, il a placé cette ville comme

⁵⁴ Le Touring Club de France est en contact régulier avec les SI et leurs relations sont citées à de très nombreuses reprises au sein des journaux officiels créés par les SI (Moinard-Barbier, Paris, 2008). Le Paris-Lyon-Marseille utilisait les affiches créées par les SI et proposait des offres spéciales comme les billets réduits ou les trains plaisirs.

⁵⁵ C'est en 1903 qu'est née la fédération des SI de la Côte d'Azur et de la Corse.

⁵⁶ UFSI : Union des Fédérations des Syndicats d'Initiative

rendez-vous incontournable pour la réflexion touristique (Manfredini, Aix-En-Provence, 2006).

Au cœur des « petites patries » les SI ont su rassembler les traits identitaires de chaque région et ainsi créer une identité locale qui par bien des aspects valorise l'identité nationale. Tantôt initiateurs, tantôt à la suite des volontés étatiques, les SI mènent une politique qui rapproche la population locale de son héritage, renforçant ainsi leur sentiment d'appartenance nationale. D'où leur rôle dans l'épanouissement social et territorial des villes et des régions françaises durant cette période.

III. Les Syndicats d'initiative, initiateurs d'un épanouissement social et territorial

L'émergence d'une notabilité culturelle

Tous les membres d'une communauté sont susceptibles d'appartenir à un syndicat d'initiative. Tous les statuts évoquent la possibilité de voir hommes, femmes et enfants membres d'un SI du moment qu'ils ont été cooptés. En théorie, le SI est un organisme qui rassemble la population. En réalité, ne viennent au SI que ceux qui sont intéressés par le tourisme. Ces associations ont visiblement un pouvoir de rassemblement limité. Ce sont des commerçants, des hôteliers, des banquiers, des maires et membres de la mairie voire des publicistes qui y participent. Le SI leur permet de mettre en commun leurs intérêts. Toutefois, lorsque l'on étudie les SI, quelque soit leur taille et leur région, ces associations rassemblent à leur tête des acteurs issus d'une certaine catégorie sociale. Ce sont en général des personnes issues d'un milieu aisé, culturellement ouvert, passionné par leur patrie et son histoire. Bien souvent on retrouve d'anciens combattants. D'ailleurs, de nombreux membres de SI ont reçu la légion d'honneur, offrant ainsi le prestige de leur récompense comme gage de sérieux au SI. Elle charge le SI d'une dimension patriotique supplémentaire. Cet organisme rassemble donc ce que l'on nomme les notabilités culturelles. Mais qui sont-elles ? Et comment évoluent-elles au sein des sociétés locales ? Ces notabilités ont notamment été évoquées lors d'une étude sur le pays lochois, où le rôle de Jacques-Marie Rougé était souligné (Cousin, Rennes, 2011). Fondateur du SI de Loches et du « pays Lochois », Jacques-Marie Rougé était un petit rentier, écrivain et conservateur de musée, œuvrant pour la mise en valeur du patrimoine de sa région. Il fut l'initiateur de l'identité lochoise basée sur l'histoire et le folklore.

Toutefois, certains notables recherchent un rôle au sein du SI pour une autre raison : l'intégration. En effet, le SI semble conférer un statut social important à son président. Peut-il alors joué le rôle d'ascenseur social au sein de ces collectivités locales et permettre

l'intégration des étrangers ? Ce fut le cas pour Félix Descroix à Hyères qui, isarien d'origine, est venu s'installer en ville. Considéré comme un étranger, il a su se faire une place au sein de la ville mais aussi de la région. Aperçu au poste d'adjoint au maire, c'est la présidence du SI dès 1924 qui lui offre un succès politique au cœur de l'organisation touristique. Les journaux ne tarissent pas d'éloges sur ce personnage haut en couleur qui a adopté la ville d'Hyères et a su faire sa renommée au sein des réseaux touristiques.

Le cas de Félix Descroix n'est pas isolé et fait apparaître le SI comme un formidable outil d'intégration au niveau local.

La mise en scène de l'espace local : émergence des stéréotypes régionaux

Par ses multiples actions, le SI valorise l'identité locale de chaque région en utilisant divers moyens tels les guides touristiques, les affiches, les feuillets publicitaires ou les films. Pendant longtemps, ce sont les guides qui ont été feuilletés assidûment par les touristes. Au sein de ces petits livres, où s'accumulaient tous les renseignements nécessaires au voyage, sont exposés les itinéraires touristiques de la ville voire de la région. Ils mettent en scène le découpage géographique de la ville par quartiers montrant ainsi combien l'identité peut se subdiviser à l'infini. Tous les goûts sont à la mode : qui recherche le circuit historique, qui le circuit thermal ou curatif. En général, l'identité développée au sein des guides est reprise par les affiches commandées par les SI. Mais quels messages ces organismes tentent-ils de faire passer par la publication de cette publicité ?

Les symboles utilisés évoluent en fonction des modes et offrent des stéréotypes divers. Mon étude sur le SI d'Hyères a montré l'évolution des affiches publicitaires de la ville créées par Hugo d'Alesi⁵⁷. Celle datant de la fin XIXe reprenait les stéréotypes véhiculés par la littérature romantique avec ses plages isolées de sable blanc et ses îles sauvages, tandis que celle du début XXe siècle représentait les atouts horticoles d'Hyères lui donnant l'image d'une ville orientale entre terre et mer. Les paysages entrés dans la mémoire collective ont diffusé l'image de Hyères les palmiers, ville la plus au sud de la Côte d'Azur, jumelle des médinas visibles de l'autre côté de la méditerranée.

⁵⁷ Hugo d'Alesi est un célèbre graphiste publicitaire qui a notamment beaucoup travaillé avec le PLM.



Affiche touristique « *Hyères* » créée par Hugo d'Alesi pour le PLM au début du XXe siècle, droits réservés.

Cependant, les SI ont su suivre la modernité et utiliser les nouveaux moyens de communication disponibles pour véhiculer leur publicité. D'où l'utilisation active des flammes postales, dont la composition ne doit rien au hasard, des messages audio diffusés à la radio et la création de films de propagande touristique. Ces films sont la grande mode des années d'après-guerre et répondent à des critères très précis puisqu'ils doivent représenter la région en quelques minutes. Les paysages sont choisis soigneusement par le SI et le réalisateur, ce qui ne va pas sans susciter quelques tensions puisque le script doit être organisé

à la seconde près. Ces films, une fois terminés, sont diffusés dans les salles obscures, juste avant les films à l'affiche. Aix-les-Bains ne fait pas exception. En mars 1948, le comité des fêtes de la ville a passé une convention avec la société Madoux pour la réalisation de deux films sur Aix-les-Bains. L'un portait sur la technique thermale pratiquée à Aix, l'autre, intitulé « En pays de Savoie », avait une vocation toute touristique. Au total, la ville a dépensé 350 000 francs pour ces films de propagande touristique. Toutefois, cette affaire révèle les maladresses commises par le SI face à un mode publicitaire nouveau et encore peu habituel. Cette initiative s'inscrit dans une époque où la modernisation publicitaire des SI est primordiale. Mais peut-on parler de réussite pour autant ?

Leur rôle dans la modernisation de l'espace urbain

Nés dès la fin du XIXe siècle, les SI apparaissent dans un contexte fait de bouleversements. L'arrivée du train nécessite la construction de gares et crée de nouvelles centralités. L'engouement automobile lance la modernisation des routes et l'apparition des panneaux d'indication. Quant au mouvement hygiéniste de plus en plus présent à l'ouverture du XXe siècle, celui-ci provoque un bouleversement du schéma urbain avec la création des avenues et la naissance de nouveaux quartiers, valorisés par les guides du SI. Cet organisme a su provoquer la modernisation de la ville, profitant des multiples changements annoncés. L'implantation du point information, parfois appelé maison du tourisme, tenu par les bénévoles du SI est un sujet délicat. Il se doit d'être le plus visible possible et doit être implanté dans un espace central. D'où la réflexion urbanistique mise en place par le SI. En général, le point information est regroupé avec un lieu central de la ville comme la mairie, le casino ou la maison du tourisme regroupant diverses associations touristiques. On peut aussi le trouver sur une place centrale comme à Lyon, place Bellecour. En réalité, le rôle aménageur des SI prend de l'ampleur lors de la reconstruction. Le tourisme est à l'époque un véritable outil d'aménagement du territoire et les SI participent à cette modernisation. A Grenoble, le SI a une véritable fonction urbaniste (Auscher, Paris, p55). Appuyant le comité d'embellissement de la ville, il est à l'origine de la création du jardin des Dauphins aux terrasses multiples, avec vues sur les montagnes dont l'arrangement est considéré comme « pittoresque ».

Par leur implantation locale, les SI sont proches de la population. Leur politique touristique a mis en valeur les atouts de leur territoire mais l'attractivité ne s'est pas exercée seulement sur les touristes. La population locale a également profité des aménagements et des activités organisées par les SI jusqu'à s'intégrer à cette nouvelle sociabilité, faisant leur cette identité

construite pour les touristes. Toutefois, le parcours des SI a été marqué par de nombreuses difficultés qui ont considérablement limité leurs actions et sans doute contribué à leur progressive disparition.

IV. Les Syndicats d'initiative et les limites de l'action locale

Les SI, parents pauvres du tourisme

Les SI, associations régies par la loi de 1901, sont des organismes désintéressés, apolitiques et laïques. Toutefois, à de nombreuses reprises, l'entrée de la politique au sein des SI a été remarquée. Comment expliquer un tel phénomène ?

Tout d'abord, la politique est parfois nécessaire pour garantir le bon fonctionnement du SI. Les liens étroits avec la mairie permettent un échange cordial concernant la politique touristique à mener, le lancement de festivités ou tout simplement des pourparlers concernant le local occupé par le SI. Ainsi, la proximité avec la politique municipale est un mal nécessaire. Ensuite, lors des multiples analyses sur la sociologie des syndiqués, les résultats ont montré une place quasi systématique du maire au sein du SI. Soit en tant que président de l'organisation, auquel cas le SI devient une succursale de la politique municipale, soit en tant que président honoraire qui est un statut spécifique soulignant les efforts financiers de cette personne. Dans les deux cas, la question de l'autonomie réelle du syndicat se pose. Enfin, à l'inverse, certains membres des SI sont parfois obligés de démissionner lorsque leurs liens conflictuels avec la mairie deviennent problématiques pour le fonctionnement de l'association. C'est le cas par exemple à Crépy-en-Valois dans l'Oise, où le président du SI M. De Cornois⁵⁸ a démissionné suite à de nombreuses divergences avec le maire et le conseil municipal en 1961. Le préjudice pour le fonctionnement du SI était trop important et M. De Cornois justifie sa décision pour le bien-être du SI et de son travail. Il dénonce ainsi la présence de deux commissions des fêtes extra-municipales gérées par le conseil municipal de Crépy privant le SI de son rôle initial.

Regroupements bénévoles, les SI reçoivent les cotisations de leurs membres tous les ans de l'ordre de 5 à 20 francs. La somme versée par les membres honoraires est plus importante. Mais d'autres financements viennent s'y ajouter : celui de la mairie prévu au sein du budget municipal, celui du casino même si cette aide dépend des cas étudiés et le versement venu de la chambre d'industrie touristique et climatique. Néanmoins, après 1945, le financement vient désormais de l'Etat, même si celui-ci reste très insuffisant. Malgré la variété des sources de

⁵⁸ G. De Cornois était le président du SI et le vice-président des ESSI de l'Oise.

financement, les SI ont un budget fragile d'années en années. Il n'est pas fixe tous les ans car les organismes donateurs n'ont pas obligation de les financer. Leur déficit chronique est donc nuisible à leurs actions. Or, le financement est un atout essentiel pour développer sa région et la concurrence est rude parfois au sein d'une même fédération. A de nombreuses reprises, le SI d'Hyères a dénoncé le favoritisme dont la fédération des SI de la Côte d'Azur et de la Corse faisait preuve envers les SI des Alpes-Maritimes par rapport à ceux du Var. le financement dépend par conséquent du succès touristique de la région concernée car déjà le tourisme est un réel investissement.

Une perte d'indépendance à l'origine de leur disparition ?

Après la seconde guerre mondiale, outre le fait que le monde devient bipolaire pendant la guerre froide, ce qui préoccupe vraiment la France c'est la reconstruction du pays et si possible sa modernisation par la même occasion. Or, le tourisme est devenu un véritable secteur économique qui peut aider la France dans sa reconstruction et qui est source de nombreuses liquidités. Cependant, tandis que la France sort du conflit avec des envies d'innovation, de modernisation et de liberté, l'Etat conserve les CRT issus de l'époque pétainiste et censés contrôler les SI. Cette directive limite considérablement l'action des SI et surtout leur autonomie au niveau de leur réflexion touristique. Les associations de tourisme, dont les SI, sont alors groupées au sein de l'UNAT⁵⁹, elle-même dirigée par le Commissariat Général au tourisme. Progressivement, une hiérarchie au sein des SI établit un ordre d'importance, limitant par là-même la collaboration spontanée entre les SI. Un délégué du CRT est présent à chaque réunion du SI sauf si un empêchement survient. Et si un SI ne mène pas une politique conforme aux directives du secrétaire d'Etat chargé du tourisme, il se voit retirer son agrément. De plus, « le choix des membres chargés de l'administration des associations du tourisme, et notamment des SI, doit être approuvé par le secrétaire d'Etat chargé du tourisme, qui peut à tout moment demander leur remplacement »⁶⁰. Par conséquent, l'autonomie des SI est définitivement supprimée.

A cette situation s'ajoute la naissance des Offices du Tourisme avec la loi du 10 juillet 1964. Ces établissements publics à caractère industriel et commercial sont créés sur proposition du conseil municipal et par arrêté préfectoral. Ils sont en partie financés par le produit de la taxe

⁵⁹ UNAT : union nationale des associations de tourisme

⁶⁰ Issu d'un rapport du Commissariat général au tourisme, document non daté.

de séjour et fonctionnent grâce aux salariés employés par la mairie. Ces nouvelles structures sont sous la dépendance de la mairie. Or, ils ont les mêmes missions qu'un SI, même si l'aspect économique a pris le dessus sur l'organe de réflexion qu'était le SI. Peu à peu, les SI se sont effacés laissant la place au tourisme issu des directives nationales.

Dès les années 1950, les SI ont été perçus comme des atouts dont le dynamisme et la réflexion touristique pouvaient être utiles à la reconstruction et à la modernisation des régions françaises. Toutefois, c'est aussi l'époque de la mise en place de l'organisation touristique nationale dans laquelle les SI étaient soumis aux CRT, eux-mêmes dirigés par le secrétaire d'Etat chargé du tourisme. Dans ce contexte, ils ont progressivement perdu leur indépendance pour n'appliquer que les directives centrales. Or, avec le développement des OT dans les années 1960, les SI ont perdu leurs domaines d'action et leur raison d'être.

V. Conclusion

De la fin du XIXe siècle, date des premières naissances de SI, aux années 1970, ces associations locales voire régionales ont su mettre en valeur leur territoire comme l'identité de leurs « petites patries ». Jusqu'à la fin des années 1930, les SI ont été les acteurs du dynamisme régional au niveau économique et culturel. Ils ont su rassembler les volontés diverses et variées des notabilités locales et créer un panel d'évènements touristiques à l'origine d'une nouvelle sociabilité régionale. Le fonctionnement de ces associations a permis la mise en valeur de personnalités locales qui ont saisi l'occasion d'appartenir au SI afin d'accéder plus rapidement à une ascension sociale ou tout simplement de bénéficier d'une meilleure intégration au sein de la ville. L'action multiple et active de ces notabilités a créé un nouveau groupe au sein de la ville : la notabilité culturelle.

Parallèlement, le travail de recensement des sites et monuments à voir, effectué par le SI, a permis la patrimonialisation de leur territoire et la mise en valeur d'une histoire locale. Cet accent mis sur les lieux « à voir » a engendré ce que Marc Boyer appelle la « touristification ». Ainsi la fabrication de ces lieux culturels « à voir » est à l'origine de la naissance des « acquis culturels » (Boyer, 1999, p19). Les SI sont donc parmi les principaux acteurs de la mise en tourisme du territoire et l'élaboration de l'identité durant cette période.

La période marquée par la seconde guerre mondiale ouvre une phase nouvelle dans le fonctionnement des SI. Dès la fin des années 1930, avec le danger que représentent les régimes autoritaires voisins, les SI œuvrent pour la construction de l'identité nationale à travers la valorisation des héros locaux qui recourent en général les héros nationaux. Le

patriotisme et le régionalisme sont au cœur de la politique touristique menée par les SI afin d'y faire adhérer les touristes mais aussi la population française et redorer ainsi l'image culturelle de la France, patrie des libertés et des droits de l'Homme.

Le premier tournant survient en 1942, en pleine seconde guerre mondiale, lorsque les SI apparaissent comme les échelons locaux indispensables pour construire une France d'après guerre fidèle au maréchal Pétain et où le tourisme aurait une place plus importante. D'où l'apparition des CRT censés constituer un nouvel échelon touristique pour contrôler l'action des SI et notamment l'appartenance pétainiste de ses membres. Ce n'est certes pas la période la plus autonome des SI mais cette époque révèle l'intérêt grandissant de l'Etat pour ces associations. Le second tournant date de 1964 avec la création des OT qui ont progressivement remplacés les SI. C'est une période qui n'est plus propice à l'existence des SI au sein des régions touristiques car l'Etat mène désormais sa propre politique touristique et ne s'appuie sur les échelons locaux publics ou privés uniquement pour faire appliquer cette politique.

Ainsi, les archives dépouillées jusqu'ici montrent le rôle essentiel joué par les SI, qui ont été influencés par les pratiques voisines (Suisse) et ont organisé le tourisme local à une époque où l'Etat s'en désintéressait. D'après les multiples correspondances étudiées, les SI ont créé et diffusé des paysages régionaux par le biais de la publicité, en France comme à l'étranger, tout en répondant aux besoins manifestés par les touristes. Par la mise en valeur des régions et des terroirs, en s'appuyant sur le patrimoine, les campagnes et la gastronomie française, les SI sont visiblement les initiateurs du tourisme actuel. Au sein du tourisme vert, des campings, des gîtes ruraux et des nouvelles fêtes historiques, les idées véhiculées d'antan par les SI ne sont jamais bien loin. Toutefois, l'éparpillement des sources dû à des dépôts irréguliers voire inexistant, complexifie un travail de recherche basé sur l'élaboration de similitudes et de distinctions caractérisant ces organismes privés. D'où des inégalités au niveau de la quantité, voire de la qualité des documents récoltés. Enfin, la présence des SI au sein de régions, parfois dépourvues de tradition touristique, révèle un rôle bien supérieur à la simple organisation touristique.

Bibliographie

BERTHO-LAVENIR, *La roue et le stylo. Comment nous sommes devenus touristes*, collection « sciences humaines », Odile Jacob, 1999.

BOYER Marc, *Le tourisme en France vade-mecum*, collection « pratiques d'entreprises », Paris, Management et Société, 2003.

COUSIN Saskia, « De la « petite patrie » aux pays touristiques, Jacques-Marie Rougé et le pays Lochois », in HARISMENDY Patrick (dir), *Initiateurs et entrepreneurs culturels du tourisme, 1850-1950*, Rennes, PUR, p 167-183, 2011.

LARIQUE Bertrand, *l'économie du tourisme en France des années 1890 à la veille de la seconde guerre mondiale, organisation et planification d'un secteur économique*, Thèse, dir. C. Bouneau, Bordeaux, 2002.

GOUJON Paul, *Cent ans de tourisme en France*, collection « guides et documents », Le cherche-Midi Editeur, Paris, 1996.

MANFREDINI Julie, *Le syndicat d'initiative de la ville d'Hyères, naissance, fonctionnement et épanouissement (1894-1939)*, mémoire Master II, dir. J-M Guillon, Aix-en-Provence, 2005-2006.

MANFREDINI Julie, « *Penser et promouvoir le tourisme à Hyères, le rôle du syndicat d'initiative (de la fin XIXe aux années 1930)* », in HARISMENDY Patrick (dir), *Initiateurs et entrepreneurs culturels du tourisme, 1850-1950*, Rennes, PUR, p 131-139, 2011.

MELONIO Françoise, *Naissance et affirmation d'une culture nationale, la France 1815-1880*, collection « points histoire », Seuil, Paris, rééd. 2001.

MOINARD-BARBIER Victoire, *Naissance du tourisme, les journaux périodiques des Syndicats d'initiative à la Belle époque*, Master I, dir. S. Venayre, Paris I, 2008-2009.

RAUCH André, *Vacances en France de 1830 à nos jours*, collection « pluriel », Paris, Hachette Littérature, 2001.

THIESSE Anne-Marie, *La création des identités nationales*, collection « points histoires », Paris, Seuil, 2001.

THIESSE Anne-Marie, *Ils apprenaient la France, l'exaltation des régions dans le discours patriotique*, collection « ethnologie de la France », Mission patrimoine ethnologie, Paris, 1997.

2.6. Cultural tourism and spaces in Ravenna: how heritage defines sites, places and territories

Elisa FARISELLI
University of Birmingham

Elisa FARISELLI (EXF031@bham.ac.uk) was born in Ravenna – Italy in 1977. She is educated to Master level in Management of Archaeological and Cultural Heritage Sites with a previous degree in Conservation of Cultural Heritage and Archaeology. Elisa has over three years experience as cultural heritage consultant in the United Kingdom. In 2010, Elisa started a full time PhD at the University of Birmingham: her research aims at investigating regional identity and heritage in the cultural region of Romagna.

Abstract

Spaces defined by tangible and intangible heritage are different: the first is concrete and visible (sites, monuments, cities, museums, objects); the second is invisible but perceivable through the experience of living traditions and interaction with local communities, which often feel their identity to be better represented by some expressions of intangible heritage, as it is the case of the city of Ravenna. Though the distinction between tangible and intangible heritage may be contested, some intangible expressions and manifestations of heritage better represent the feeling of self-consciousness and identity of a community. Heritage as an expression of identity lays on two parallel levels: at regional and local level, some manifestations of heritage are perceived by local community as more representative of the local identity; on the contrary, some examples of heritage, mainly monuments and sites chosen for tourism, are perceived as a national legacy little representative of the local identity

Key words: heritage, identity, intangible, tangible, space

I. Introduction

When talking about cultural tourism, one of the first pictures visitors figure out is that one of monuments, sites, or sometimes museums. In the collective imaginary, cultural tourism targets physical artifacts, which can be identified mainly as sites and cities or even objects in museums. These elements draw specific spaces, which are solid, concrete, and often bounded. This clearly emerges from guide books, which tend to focus on physicality and materiality of heritage by pushing visitors to *see* it. In addition, there are other types of heritage, those mainly identified as intangible heritage, which are little taken into account while drawing tourist destinations, and are the main subject of human and cultural geography. This type of heritage is mainly at personal level as a remark of identity, and it may delineate territories which are imagined and perceived mainly from inhabitants. Intangible heritage is then *perceived*. Cultural tourism in Ravenna focuses on monuments and sites as single entities although a certain degree of integration with the territory is showed. Little emphasis is given to those elements of culture and living traditions that both characterize the broader territory of Romagna, to which Ravenna belongs, and are a vital example of local identity.

In my research, I will investigate how intangible heritage draws spaces, which lay at perceptive level mainly, whereas tangible heritage defines physical spaces, which are often the main objects of tourist strategies, although they are less representative of the local communities identities. I will address to what extent monuments selected for tourist purposes reflect the identity of local communities, and how the symbolic production of space as it is perceived by inhabitants, differs from the perception of visitors, who sometimes miss the opportunity to get a deep experience of places due to the preference of focusing on tangible heritage as the main attraction. The methodology applied consists of an ethnographic field study to understand how identity works in Ravenna, and a visitor survey to capture perception of identity by visitors.

II. Identity in Ravenna: perceptions from Romagnolians

In January 2011, the author undertook a short field study in Ravenna to better understand how identity works in this area. The fieldwork, which can be considered as a pilot study before undertaking the actual research, aimed at collecting views on local identity and perceptions on living traditions from the Romagnolian people. It was interviewed a sample of people aged from 30s to 60s years old, with different backgrounds, who were born in Ravenna or in their surrounding towns and villages.

Research methods of the pilot study

The idea of undertaking a pilot study before actual research begins, it has been advocated by many authors, including Limb and Dwyer (Limb and Dwyer 2001) and Somekh and Lewin (Somekh and Lewin 2005). Conducting preliminary research studies and interviews can provide the researcher with information and details on the time needed to cover certain points or definition of research questions. Methods used to undertake this study derive from ethnographic techniques: these methods will be employed for carrying out the whole research as the following paragraphs will explain. The research technique adopted for the pilot study is interviewing, which represents an inclusive way to “get participants to provide an account of their experience, of how they view their own world and meanings they ascribe to it” (Limb and Dwyer 2001:43)

Outcomes of the pilot study

One of the first questions I asked was whether they felt Romagnoli and what it meant to them. The majority of interviewees has asserted “absolutely yes” and identified that being Romagnolo means primarily being joyful, chatterbox, generous, being a gourmet, simple and rural, all attributes related to the character of the inhabitants. In addition to positive features, part of them also admitted negative aspects such as the excessive anti-clericalism and extreme attachment to politics. Being Romagnolo also means having a privileged relationship with the territory and the landscape, ranging from the sea, to hills and historic cities. It emerges that the link between the character of Romagnoli and their land is represented mainly by food, which has been recognised as a typical element of the culture. Interviewees have also identified as symbols of Romagna some examples of typical and regional food and wine (for instance “piadina” - a type of bread - and “sangiovese” wine), hand-craft products, such as tablecloths with particular designs, the Romagnolo dialect, village feasts, the passion for bikes and motorbikes considered as a phenomenon quite widespread in the region, and the characteristic “ballo liscio”, a type of dance.

A couple of responses are reported below:

“the typical language of Romagna, called Romagnolian dialect is the major expression of our identity. Although it is less and less spoken in the cities, it still remains as the predominant language in the countryside” (middle-age craftsman)

“Being Romagnolo means being son of the sea and and the earth at the same time. The variety of landscapes, ranging from the sea to hills and mountains, offers fantastic and relaxing places, along with lovely food” (man mid-30s, librarian).

It has emerged that Romagnolians are proud of their traditions and identity. They perceive their culture as an element unifying people and enforcing the sense of belonging. They definitely do not want their traditions to be abandoned but preserved.

“Traditions must be preserved as they are the link with our roots and give us a sense of identity” (woman, senior archaeologist in her 30s).

“Abandoning our living culture is like losing part of our personal life and memories” (middle-age woman).

“Leaving these traditions would be losing part of our history” (self-employed middle-aged man).

“Traditions allow us to confront ourselves with what we were, and push us to do better. The pomposity of ignoring traditions is one of the worse failure of youths” (man mid-30s, librarian).

Through the responses to the first questions, it clearly emerges that the feeling of cultural identity is strong in the region and that being Romagnolian is linked to the land and rural traditions, to craftsmanship, landscape, food, language and music as well as to the character of people. The living traditions are seen as symbols of identity by Romagnolians, who still feel attached to them and support their preservation.

Since one of the key research questions was to understand to what extent people were aware of the origins of their identity, I asked interviewees whether they knew where the living traditions came from. This question was indirectly related to the awareness of the process of identity's formation in the region. Responses were interesting from a social point of view. Many people answered that living traditions in Romagna came from the rurality of the territory and agricultural sphere. Responses were mainly about the type of traditions surviving from the rural past of Romagna, but interviewees did not specify how they had been formed.

However, some responses deserve a more detailed attention: a few people admitted both not knowing the origins of Romagnolian traditions, and thinking about that only because they had been asked to express an opinion. Moreover, a women of middle age, in particular, said that these traditions were born with her.

“I do not know where some traditions come from, I was born with them and they are part of me” (middle-aged female financial promoter).

I have found this response extremely significant. In fact, it confirms that living traditions are still rooted in Romagnolian people as something which is part of their selves and even taken for granted. Beside statements on maintaining traditions and living culture, there are others which sadly manifest the fear of losing traditions due to globalisation and losing appeal of traditions for younger generations.

A key achievement of the field study has been to demonstrate that the sample of Ravenna inhabitants interviewed feel their own identity is based on cultural elements and living traditions, which can also be called by using the academic definition of “intangible heritage” (UNESCO 2003 Convention). Once demonstrated the importance of living traditions and intangible heritage for inhabitants of Ravenna, the further step of the research was to understand where the sense of identity comes from and how it has been formed in Romagna and Ravenna.

III. Regional identity (Romagnolian identity) in Ravenna

The process of identity formation consists of a complex series of social processes (Preston 1997) and may involve several concepts such as territoriality, historical and socio-cultural processes. Moreover, human beings have multiple identities, many selves, which are based on social classifications or cultural categories (Smith 1991), social context (Preston 1997), or even geographical components (Howard 2003). “It is seldom clear what an identity is” (Billig 1995:7). Defining identity is not a simple process as identity has not got a material component, such as objects, nor it is located in bodies or the minds of individuals: it is unclear where it comes from and mechanism of reproduction (Billig 1995). Identity has psychological components, which are crucial in group behaviour as nation exists only if a body of people feel themselves to be a nation (or region) and groups only exist if they identify themselves with the group (Billig 1995). Often regionalism, as well as nation-states is not founded on

objective criteria, such as language or ethnicity, but on imagined elements supported by a strong psychological dimension (Billig 1995:10), which generated “imagined communities” (Anderson 1983).

Identity is a process continually being remade in consistent ways through an internal-external dialectic involving self-definition and ascription by others at the same time (Jenkins, quoted in Edensor 2002). Moreover, identity is represented by emotional links between human beings and their spatial contexts (Paasi 2001.). Paasi argues that ideology, history and social transformations are all elements of identity, and they can be examined into spatially sensitive approaches. “Identity is not merely an individual or social category, but also – crucially – a spatial category, since the ideas of territory, self and “us” all require symbolic, socio-cultural and/or physical dividing lines with Others” (Paasi 2001:10). Different social groups engage with places in different ways in accordance with person's features, such as gender, social class, ethnicity (Holloway, L & P. Hubbard 2001).

Regional and local identities have been defined as “mental products of societies’ interaction with their physical and social space and the mental reflection of the space in people’s mind and memories” (Raagmaa, G. 2002). Regional identity also draws together personal memories and experience (Paasi 2001), and they are social constructs that are proclaimed through perceived characteristics or quality of a region, which are closely linked to the past, but at the same time continuously in flux (Simon, Huigen & Groote 2009:411). Many authors (Mach. 1993; EISENSTADT & GIESEN 1995) affirm that boundaries and identity are two themes strictly related to each other. In the identity formation process, boundaries are used to distinguish a social collectivity – “us” – from others (Paasi 2001.; Conversi 1995). Collective identity is not made naturally but it is socially constructed and produced by the social construction of boundaries (Donnan & Wilson 1999).

Identification process: regional and local identity

Identification implies boundaries: to be a member of an in-group entails a categorical distinction from an out-group (Billig 1995). A key element of the process of identification is the drawing of boundaries between self and others (Edensor 2002). Concerning this aspect, Sörlin (Sörlin, S. 1999) affirms that the salient aspect of identity construction is the adoption and development of symbols and icons for collective uses, rather than the features of the inhabitants or the administrative institutionalisation of the region. As Paasi argues (Paasi 2003), to create a regional identity, it is essential to operate at the cultural-historic level in

addition to the political-economic one. The latter does not produce identification, then cultural-historic context is elaborated. Identification with a region is usually based on symbols experienced by the community as common and shared (Paasi, A. 2007). The process of identification in Romagna generated a new image of the region. In order to attach a sense of belonging to the new image, an artificial procedure needed to be put in place: the creation of a new identity as a revival, as if something ancient were being continued. Many ancient traditions were invented, but presented as if age-old traditions. Through the invention of traditions, identities were being created as if they were “natural” (Billig 1995; Hobsbawm 1992). “Basically regions are created by representations and symbolisation, and in this sense, a regional identity and an image can be seen as conceptually intertwined modes of the discursive production of specific regions” (Zimmerbauer 2001: 254).

Invented traditions and everyday life

Any symbols and ideologies without a relevant experience are meaningless and impotent in terms of evoking identification (Paasi 2003). Indeed, Donnan and Wilson (1999) argue that culture encompasses both imagined and lived experiences, and it provides unity, continuity and boundedness in the spaces, places and times of modernity and post-modernity.

Identity is always a process of becoming by virtue of location in social, material, temporal and spatial contexts (Edensor 2002). In Romagna the discourse on identity has included temporal and spatial elements in order to be meaningful for the social community (Newman & Paasi. 1998; Paasi 2001). The temporal elements were given by the production and repetition of narratives and memories from the past, which were codified into culture. The spatial elements were given both by maps of the territory of Romagna, and the vast production of academic and popular literature (Placucci 1818; Bagli 1885), which associated the territory of the region with its name. Spatial and temporal dimensions came together in the symbolic narratives of Romagna, and acted as a glue in the integration of the social community (Newman & Paasi 1998; Paasi 2001). “The construction of the meanings of communities and their boundaries occurs through narratives: stories that provide people with common experiences, history and memories, and thereby bind these people together. Narratives should not be comprehended only as modes of representation but also as discourses that crucially shape social practice and life” (Paasi, A. 1998). Through narratives people understand and make sense of their social world and constitute social identities (Somers 1994).

The diffusion of cultural elements, which can be seen as symbols or even myths sometimes

artificially elaborated as occurred in Romagna, makes people sharing them feel as people drawn into communities, which are “often invented and created as opposed to fabricated and dissimulated” (Sahlins, quoted in Wilson & Donnan 1998:32), or “imagined” to use Anderson’s word (Anderson 1983) on the basis of social constructs and culture. Anderson (1983:4), in his analysis of nation formation, argues that “nation-ness and nationalism are cultural artefacts of a particular kind”. This approach can be translated from nationalism to regionalism and localism as well. In fact, narratives of regional identity are based on ideas and elements such as nature, landscape, culture, dialects, ethnicity or economic success or recession, which become either stereotypes or images of people and communities. All these elements are used contextually in practices and discourses to construct narratives of more or less closed imagined communities (Paasi 2003).

Ashworth (Ashworth 1995) argues that this type of identity is typically based on the creation of a past for the region in question, which is what happened in Romagna at the end of 19th century: a regional identity was created through the processes of institutionalisation, identification and symbolisation. The latter has allowed the production of images, which could stand for the region and its identity. These images and symbols were continuously repeated to the inhabitants in order to impress habits and turn social practices into culture (Hobsbawm & Ranger 1983; Preston 1997). “Identity can be found in the embodied habits of social life, including habits of thinking and using language” (Billig 1995:8). Spatial symbols connote historical events, evidence of past cultures, providing evidence of a glorious past of golden age. Space is produced by inhabitants through habits, constant engagement with the world which relies on familiar routines (Edensor 2002). “Things and spaces become layered with meaning, value and memory” (Tacchi 1998:26). The character of a region, and of a city, may be expressed through food, dances, sport, festival (Edensor 2002), and mainly through the language, such as dialect (Billig 1995). The repetition of daily, weekly and annual routines, how and when to eat, wash, play and work, constitutes a realm of common sense, offering a deep understanding of the link between culture and identity (Edensor 2002).

In Ravenna people perform their daily life, and their actions and objects have been deprived of their original meaning related to identity and appear as normal activities. Eating certain particular food, such as *piadina*, confidentially speaking in Romagnolian dialect to elderly people, or deciding whether spend Sundays laying on the beach or walking up and down on Apennine mountains or hills, are habitual choices for Romagnoli Ravenna population. They

do not think that these activities and the landscapes were codified in the late 19 century – beginning of 20 century to provide Romagnolians with an identity. For them, it is part of their daily life, as it emerged from the field study undertaken. Werlen (Werlen 1993) defines this as “symbolic regionalism”: all actions, objects and place have a meaning, but actors do not distinguish the items themselves and their meanings. This equalisation hides the meaning of things, as the meanings become implicit in the actions, object, and place. This symbolic regionalism is reflected in the city of Ravenna: we practise actions and recognise objects without linking them to their original meaning, and then they become part of our daily life.

IV. The value of local identity as intangible heritage

Although in many occasions identities are claimed to be artificially created for several purposes, as it happened to the Romagna (Balzani 2001), and consequently to Ravenna, the sense of identity rooted into communities may go beyond the artificial character of identities and invented traditions, and it can be legitimised by groups as representative of their identity regardless of its artificial character. The field study undertaken in January demonstrated the value of traditions and living culture to the Romagnolian people as marker of identity. To highlight the significance of Romagnolian traditions as cultural heritage, the following discussion examines the responses to the final question asked of interviewees during the field study.

The final question asked of interviewees was related to the value of sites and monuments, the most conventional examples of heritage as represented by sites, objects and monuments. The final question asked whether the above tangible heritage – although the distinction between tangible and intangible heritage may be contested (Smith 2006), is representative of the Romagnolian sense of identity. Apart from one positive statement coming from an archaeologist, the remaining people have affirmed that a relationship between their perceived identity and sites and monuments, including some World Heritage Sites located in the city of Ravenna, does not exist.

“Monuments are sons of other epochs and do not represent being Romagnoli. Being Romagnoli doesn’t depend on monuments, mosaics, castles, churches, but on the transmitted education” (man, librarian in his 30s).

*“In our land there are many cultural monuments, sites, but I believe being Romagnolo is something related to the land, craft, honesty and genuineness of people living here”
(middle-age woman)*

“I feel very little represented by the monuments and sites. I like experiencing the current landscape and the land by walking through woods, fishing and living rural traditions such as the convivial tradition of killing pigs to prepare homemade salami, ham and chops to eat with families and friends” (middle-age man)

This question has revealed an interesting aspect of the relationship between heritage and identity since it seems that in Ravenna intangible heritage is the best tool to express regional identity, whereas tangible heritage seems to respond to different purposes, such as tourist attractions and commodification of heritage. In Romagna and therefore in Ravenna, the sense of identity is still transmitted by oral education, traditions, and living culture. Monuments and sites can represent other aspects of the identity, such as the feeling of being Italian, but little the feeling of being Romagnolo and inhabitants of Ravenna. This discourse falls within the broader discourses on multiple selves and plural identities (Smith 1991; Preston 1997; Howard 2003). The distinction between tangible and intangible heritage as marker of identity and space opens thoughts for further research to be addressed in the course of one year field work beginning in October 2011.

V. Research methodology and methods for the one year field work

From the pilot study, it has emerged the need to address several research questions to get a deeper understanding of the perception of Romagnolian identity among local community in Ravenna, and the perception of heritage spaces, tangible and intangible, both from local community and external visitors. It has now become interesting to understand reasons behind the distinction between monuments and sites on one side, and traditions on the other sides, and the concept of space. Being the identity of the Romagna and inhabitants of Ravenna mainly represented by intangible heritage, it is worth investigating reasons behind conscious or unconscious selection of heritage to represent the regional and local identity, and dissonances with other types of heritage that are more representative at the national level. To understand local identity and the perception of space in relation to heritage, both tangible and intangible, it has been thought of engaging with the local communities and observe their behaviour and traditions from an inside perspective. The research also requires to

communicate with non-locals visiting heritage sites to understand what they think and know about local identity and how they perceive the territory and monuments selected for their visits.

Due to the social science aspects and character of this research, and themes it is investigating, such as social lives and people's behaviours and feelings as regards their identity and space, it has been thought that the best way to analysis these concepts is represented by an ethnographic extensive fieldwork to be carried out in one year time. The fieldwork will be based on participatory observation, in-depth interviews and questionnaires to local communities, heritage and tourism organisations, museums, and sites visitors. Personnel of heritage and tourism organisations will be interviewed by using questionnaires and semi-structured interviews. Local communities and sites visitors will be involved by using semi-structure interviews and/or open interviews as well as personal observation. Field notes and diaries will be used to record thoughts from personal observation and interviews, along with photographs.

Methodology and methods

A distinction between methodology and methods allows the author to explain some key concepts of social studies, which will be influencing the tools to investigate the researched area. Methodology presented in the next chapters will be briefly focusing on the paradigm of social science underpinning this research and the disciplines involved in this interdisciplinary project. Methodology has been defined as “the theory of the methods” (Jamal and Hollinshead 2001:67). Its philosophical dimensions derives from the ancient world, and it is part of our view of the world today shaping our perceptions and feelings. For this research, it has been thought that the best methodology to employ would be based on constructivism as a philosophical position (Jackson and Penrose 1993; Delanty 1997; Guba and Lincoln 2005) chosen among a set of other approaches, such as positivism, post-positivism, and critical theory. Methods will be informed by methodology and will go into details of how research questions. Methods have also been defined as “simply tools within a particular methodology, which is in turn informed by researcher's philosophical position or paradigm” (Rakic 2008:96).

Methodology and social sciences: constructivism as paradigm

Social science has ancient origins and it can be dated back to the Greek world at the time of Plato and Aristotle, who were the first philosopher developing ways of conceptualising and

categorising knowledge (Somekh and Lewin 2005). “Social science research is concerned with people and their life contexts, and with philosophical questions relating to the nature of knowledge and truth (epistemology), values (axiology) and being (ontology), which underpin human judgement and activities” (Somekh and Lewin 2005:1). As Guba and Lincoln argue (Guba and Lincoln 2005), social science is characterised by at least four paradigms having specific and peculiar characteristics applicable to different research contexts as Rakic summarised (Rakic 2008:91-95). Paradigms are positivism, post-positivism, critical theory and constructivism. Guba (Guba 1990) argues that positivism and post-positivism have many common aspects, mainly the idea that only one reality exists out there and it is driven by immutable laws. Both paradigms are at the basis of deductive studies and rely on hypothesis, quantitative methods and statistical analysis (Rakic 2008:96). On the other hand, critical theorists and constructivists are pretty much similar in their reliance on inductive studies, qualitative methods and interpretative approach, but they differ on the perception of reality, which is seen as “individually and collectively constructed and local” (Rakic 2008:97; Guba and Lincoln 2005).

Social science is then particularly suitable to investigate new questions about nature of identity, culture and social relationships, as this research requires. Mainly, ethnography as part of the wider discipline of anthropology, is linked to the notion of people as meaning-makers, and consists of the study of how people interpret their world, and the need to understand particular cultural worlds (Somekh and Lincoln 2005:16). Being the focus of social science on people, intended both as individuals and groups, and their behaviours, this leads to a certain level of unpredictability due to human beings characterised by complexity, which prevents researchers from applying one theory fulfilling all situations (Somekh and Lewin 2005). Social behaviours cannot be reduced to predictable “variables” and people activities collaborate in the construction and maintenance of the cultural meanings which inform their actions (Crang and Cook 2007). These considerations result in adopting a constructivist approach to the research.

Qualitative method

The methodology explained in the previous section and based on both constructivism and an interdisciplinary approach resulting from cultural geography and anthropology/ethnography, along with research questions and the frame of the research, have informed the methods answering the research questions of this study as highlighted in the introduction of this section. As stated above, the constructivism approach enforces the concept that reality and knowledge

are socially constructed phenomena (Wang 1999), and this is in line with Limb and Dwyer definition of qualitative methods, which “do not start with the assumption that there is a pre-existing world that can be known, but see the social world as something dynamic and changing, always being constructed through the intersection of cultural, economic, social and political processes” (Limb and Dwyer 2001:6).

As constructivism approach suggests, the main purpose of qualitative research is to seek subjective understanding of social reality rather than statistical description or general perceptions (Limb and Dwyer 2001). Smith (Smith 2001) argues that qualitative research are particularly suitable to investigate how people see, experience and make particular representations of the world. Qualitative methods are based on the assumption that there is no real world that exists independently of the relationships between researchers and researched, therefore it derives that social world is something that is not fixed but dynamic and made up of competing social constructions and representations, where the role of research is central. This feature can be easily applied to the case study to understand how people in Romagna feel and represent their cultural world. Within this context, qualitative methods cannot be right or wrong themselves, but needs to be coherent and thoroughly thought through to fulfil research aims. Research techniques typical of qualitative methods are interviews, personal observation, diaries, field notes, focus groups and audio-photography (Valentine 2001). These research techniques, when applied rigorously, emphasise quality, depth, richness and understanding of the research. In fact, one of the characteristic of qualitative methods is the preference of depth versus coverage (Somekh and Lewin 2005).

Research techniques

This research will rely mainly on in depth interviews, due to characteristics of this technique as highlighted in the pilot study. Interviews will allow the researcher to cover a wide variety of topics and to clarify issues raised (Limb and Dwyer 2001). As Seale highlights (Seale 1998), interviews are more flexible than questionnaire and allow more interaction between researcher and participants. It is responsibility of the researcher to be as clearer as possible when formulating questions to avoid misunderstanding.

Somekh and Lewin (Somekh and Lewin 2005) affirm that one of the most prominent parts of an ethnographic research consists of participant observation of the everyday life. It involves living, working and spending time in a particular community (Limb and Dwyer 2001). Cook (Cook 1997) affirms that this technique allows the researcher to establish a relationship with community members. Participant observation is seen as a tool enabling interpretation and

analysing human behaviours in their natural setting (Dowler 2001). Personal observation will be employed in this study along with diaries and field notes deriving from observations and interviews. Photos represent a valid tool for the researcher to present their findings. Further to a detailed analysis of the characteristics of the above techniques, it has been decided not to use focus groups as it is foreseen that they may not add further information to the research project in addition to interviews, diaries and field notes, questionnaires and personal observation.

To find comprehensive answers to research questions, the researcher will be prevalently using qualitative research techniques as explained above. However, as suggested by many authors (Limb and Dwyer 2001), it is believed that a mix of these techniques with questionnaires, which are typical tools deriving from quantitative research, is appropriate and desirable. This inclusion does not affect the primary choice of the qualitative methods, but it helps to get a broader pictures of tourists at heritage sites by collecting extensive opinions from heritage personnel working at cultural sites. Picking up techniques from different approach does not decrease the validity of the methods, as long as motivations for this inclusions are thought and explained. The decision to adopt several research techniques, such as interviews, questionnaires, field notes and participant observation may lead to finding contradictory results. This cannot be seen as a problem as it shows how successfully is capturing complexity and ambiguities of human behaviours: “the secret of a good research design is not, therefore, to produce a nice linear, consistent story, but rather to be able to recognise why the accounts generated by particular methods can be so different and to be able to use these differences to produce a fuller interpretation and understanding of your research questions “ (Valentine 2001:45-46). The research will also use the triangulation technique: it allows to cross check data and views obtained from different sources, such as heritage managers, visitors and local community members.

Ethical issues and positionality

Among ethical issues, Limb and Dwyer (Limb and Dwyer 2001) list participant consents, confidentiality, feedback and reward to participants. The approach to deal with the above issues will ensure confidentiality of participants: prior to any undertaking interviews, distributing questionnaire, recording, taking photos or field notes based on participatory observation, the investigator will explain the project and its purposes to participants and will circulate an information sheet and consent form to be signed by participants and investigator. In the course of the project, personal information, such as age, gender, cultural background,

type of work and social class may be asked. This will not ensure anonymity as data relating to participants can be traced back. In addition, the researcher will be interviewing policy-makers and officers, whose identity can be revealed. Therefore, the research will not be anonymous despite the researcher's commitment not to transcribing any names of tourists or local community members in the final report. However, data from the research will be confidential as false names and/or coding system, such as the use of letters and numbers, will be applied to any respondents, apart from policy makers and officers in case they wish to be recognised. Otherwise, a false name and/or coding system will be assigned to them as well.

In terms of practicality of the fieldwork, the author needs to carefully evaluate time and budget constraints. As qualitative methods do not need to be statistically representative, it will be given precedence to depth and richness of findings rather than to the number of people interviewed and observed. It will be, therefore, selected an illustrative sample of population and visitors. The aim of this research is to get in contact and interview as many people as possible without compromise qualitative outcomes.

“Knowledge generates and confers power” (Somekh and Lewin 2005:13) therefore it is necessary for the researcher to establish a relationship of trust and honesty with the participants. To establish a truthful relationship with participants, the positionality of the researcher is extremely important and will also influence the research outcomes as well (Skelton 2001). The researcher will introduce herself and explain the purpose of the project. The position of the researcher is quite advantageous, as the researcher either belongs to the local community and can be seen as an insider inspiring trust, or as an outsider due to her permanence abroad for many years, which allows to have a distant perspective by not being overwhelmed by the locality.

Analysis and interpretation of data

Crang (Crang 2001) affirms that little attentions has been given to interpretation of data in geography, however this situation is now changing (Cook and Crang 2007). Analysis and interpretation of data represent an important part of the research process as it allows to extract meanings. Data needs to be transcribed, coded and analysed (Jackson 2001 in Limb). Interviews and audio recordings will be transcribed by the researcher, who will also label particular words and sentences to identify categories for subsequent analysis (Seale 1998). Categories and codes will be then examined to identify relationships among them, and

eventually create code maps (Crang 1997). In this process, analysis is seen as “the interplay between the researchers and the data (Strauss and Corbin 1998:13).

VI. Conclusions

In this paper, it has been reported results of a pilot study undertaken in Ravenna to understand local identity and heritage in the city. The author has tried to explain how elements of culture can draw invisible boundaries and evoke a sense of belonging among people sharing traditions, language, folklore and food as well as monuments and landscape from the past. In the case study of Romagna, cultural boundaries, which do not coincide with political and administrative ones, mark out an area where the sense of self-identity and cohesion among people is enforced by living culture and heritage, primarily intangible heritage. Although an artificial activity is at the basis of the formation of the sense of identity among inhabitants of Ravenna and Romagnolians (Balzani 1995; 2001; 2003), it does not affect the importance and value of living culture for its inhabitants. To them, it is important to preserve their identity based on living culture and traditions. It has emerged that local identity is represented by intangible heritage, whose space is not physical or bounded, whereas monuments create physical and bounded spaces mainly used as attraction for tourist strategies. The paper has also highlighted issues and themes, which need further investigations through one year field work, which will be undertaken on the basis of constructivist approach and ethnographic techniques. The fieldwork will investigate whether intangible heritage in Ravenna is more representative of local identity and has one specific “dimension” that can be perceived; it will also seek to understand whether other manifestations of heritage, such as sites and monuments are perceived as little representative of the local identity, although they are national legacies and in some occasions even listed as World Heritage Sites, then selected physical spaces for tourists.

Bibliography

- ANDERSON, B., 1983. *Imagined communities : reflections on the origin and spread of nationalism*. London: Verso
- ANDERSON, B., 1991. *Imagined communities : reflections on the origin and spread of nationalism* Rev. and extended ed., London: Verso.
- ASHWORTH, G., 1995. 'Heritage, Tourism and Europe: a European Future for a European Past. In *Heritage, Tourism and Society*. London: Mansell.
- BAGLI, G., 1885. *Saggio di studi su i proverbi, i pregiudizi e la poesia popolare in Romagna*,
- BALZANI, R., 2001. *La Romagna*, Bologna: Il Mulino.
- BALZANI, R. (1995). *La regione immaginata. Miti e rappresentazioni della Romagna fra 1800 e 1900*. In *I Quaderni del Cardello*. Collana di studi romagnoli dell'Ente Casa di Oriano. Vol 5(5), 7-28
- BALZANI, R. & ZAVOLI, S. (2003). La Romagna e l'identità romagnola. In *Città rivista: una certa idea di città*, (2), 75-86.
- BILLIG, M., 1995. *Banal nationalism*, London: Sage.
- CONVERSI, D., 1995. Reassessing current theories of nationalism: nationalism as boundary maintenance and creation. *Nationalism & ethnic politics*, 1(1), 73-85.
- COOK, M., 1997. Participant observation. In R., Flowerdew & D., Martin (Eds.), *Methods in Human Geography: a guide for students doing a research project* (127-149). Harlow: Longman
- CRANG, M., 2001. Fieldwork: making sense of group interview. In Limb, M., & Dwyer, C., *Qualitative methodologies for geographers : issues and debates*. London: Arnold
- CRANG, M., & Cook, I., 2007. *Doing ethnography*. London: Sage
- DELANTY, G., 1997. *Social science : beyond constructivism and realism*, Buckingham: Open University Press.
- DONNAN, H. & WILSON, T.M. (1999). *Borders : frontiers of identity, nation and state*. Oxford : Berg
- Dowler, L., 2001. *Fieldwork in the trenches: participant observation in conflict area*. In Limb, M., & Dwyer, C., *Qualitative methodologies for geographers : issues and debates*. London: Arnold
- EDENSOR, T., 2002. *National identity, popular culture and everyday life*, Oxford: Berg.
- EISENSTADT, S. N. and GIESEN, B, 1995. *The Construction of Collective Identity*. *European Journal of Sociology*, 26(1), 72-102.

- GILBERT, A., 1988. *The new regional geography in English and French-speaking countries*. Progress in Human Geography, 12, 208-228.
- GREGORY, D., 1995. Imaginative Geographies. *Progress in Human Geography*, 19(4), 447–485.
- GUBA, E. G., 1990. *The paradigm Dialog*. London: SAGE
- GUBA, E.G., & LINCOLN, Y. S., 2005. *Paradigmatic Controversies, Contradictions, and Emerging Confluences*. In N. K. Denzin & Y. S. Lincoln (Eds.), *Approaches to qualitative research* (17-38). Oxford: Oxford University Press.
- HOBBSAWM, E.J., and RANGER, T. (eds.), 1983. *The invention of tradition*, Cambridge: Cambridge University Press.
- HOBBSAWM, E.J., 1992. *Nations and nationalism since 1780 : programme, myth, reality* 2^o ed., Cambridge: Cambridge University Press.
- HOLLOWAY, L., & HUBBARD, P., 2001. *People and Place. The Extraordinary Geographies of Everyday Life*, Harlow: Pearson Education Limited.
- HOWARD, P., 2003. *Heritage : management, interpretation, identity*, London: Continuum.
- JACKSON, P., & PENROSE, J., 1993. *Introduction: placing “race” and nation*. In Jackson, P. & Penrose, J. (Eds.), *Constructions of race, place and nation* (1-23). London: UCL Press
- JAMAL, T., & HOLLINSHEAD, B., 2001. *Tourism and the forbidden zone: the undeserved power of qualitative enquiry*. *Tourism Management*, 22(1), 63-82.
- LIMB, M., & DWYER, C., 2001. *Qualitative methodologies for geographers : issues and debates*. London: Arnold
- MACH, Z., 1993. *Symbols, conflict, and identity: Essays in political anthropology*, New York: State University of New York Press (Albany).
- NEWMAN, D., PAASI, A., 1998. *Fences and neighbours in the post-modern world*. Progress in Human Geography, 22, 186-207.
- PAASI, A., 1998. *Boundaries as Social Processes: Territoriality in the World of Flows*. *Geopolitics*, 3, 69-88.
- PAASI, A., *Bounded Spaces in the Mobile World: Deconstructing Regional Identity*. *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, 93, 137–148.
- PAASI, A., 2001. *Europe as a Social Process and Discourse. Considerations of Place, Boundaries and Identity*. *European Urban and Regional Studies*, 8, 7-28.
- PAASI, A., *Place and Region: Regional Worlds and Words*. Progress in Human Geography,

26, 802–811.

- PAASI, A., 2003. *Region and Place: Regional Identity in Question*. Progress in Human Geography, 27, 475-485.
- PAASI, A., 2007. *Regional identity-theoretical viewpoints and empirical examples of a contested category*. In *Challenges of globalisation and regionalisation*. Studies in Northern European histories. Lulea: University of Technology, pagg. 31-39.
- PAASI, A., *The institutionalisation of regions. Theory and comparative studies*. Social Science, 9.
- PAASI, A., 1986. *The Institutionalisation of Regions: A Theoretical Framework for Understanding the Emergence of Regions and the Constitution of Regional Identity*. Fennia, 164, 105-146.
- PLACUCCI, M., 1818. *Usi, e pregiudizj de' contadini della Romagna operetta serio-faceta*, Forlì: dal Barbiani.
- PRESTON, P.W., 1997. *Political-cultural identity : citizens and nations in a global era*, London: SAGE.
- RAAGMAA, G., 2002. *Regional identity in regional development and planning*. European Planning Studies, 10(1), 55-76.
- RAKIC, T., 2008. *World Heritage, Tourism and National Identity: a case study of the Acropolis in Athens, Greece*. Doctoral (PhD) thesis.
- SEALE, C., 1998. *Researching society and culture*, London: SAGE.
- SKELTON, T., 2001. *Cross-cultural research: issues of power, positionality and "race"*. In Limb, M., & Dwyer, C., *Qualitative methodologies for geographers : issues and debates*. London: Arnold
- SIMON, C., HUIGEN, P., GROOTE, P., 2009. *Analysing regional identities in the Netherlands*. Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie, 101(4), 409-421.
- SOMEKH, B., & LEWIN, C., 2005. *Research methods in the social sciences*. London: Sage
- SMITH, A.D., 1991. *National identity*, London: Penguin Books.
- SMITH, L., 2006. *Cultural heritage : critical concepts in media and cultural studies. Vol. 3, Heritage as an industry*, London: Routledge.
- SMITH, S., 2001. *Doing qualitative research: from interpretation to action*. In LIMB, M., & DWYER, C., *Qualitative methodologies for geographers : issues and debates*. London: Arnold
- SOMERS, M., 1994. *The Narrative Construction of Identity: a Relational and Network Approach*. Theory and Society, 23, 605-649.

- SÖRLIN, S., 1999. *The articulation of territor: landscape and the constitution of regional and national identity*. Norsk geografisk Tidsskrift - Norwegian Journal of Geography, 53(2-3), 103-112.
- STRAUSS, A., L., & CORBIN, J., M., 1998. *Basics of qualitative research : techniques and procedures for developing grounded theory*. London: Sage
- TACCHI, J., 1998. *Radio texture: between self and others*. In Miller, D. (eds). *Material cultures : why some things matter*. London: UCL Press
- UNESCO (2003). *Convention for the safeguarding of the Intangible Cultural Heritage*. Paris, 17 October 2003
- VALENTINE, G., 2001. *At the drawing board: developing a research design*. In LIMB, M., & DWYER, C., *Qualitative methodologies for geographers : issues and debates*. London: Arnold
- WERLEN, B., 1993. *Society, action and space : an alternative human geography*, London: Routledge.
- WILSON, T.M. & DONNAN, H. (1998). *Border identities: nation and state at international frontiers* / edited by Thomas M. Wilson and Hastings Donnan. Cambridge : Cambridge University Press
- ZIMMERBAUER, Z., 2011. *From Image to Identity: Building Regions by Place Promotion*. European Planning Studies, 19(2), 243-260.

2.7. A construção de uma ambiência urbana: a paisagem da praia

The construction of a urban environment: beach landscape

La construction de l'ambiance urbaine: le paysage de la plage

**ANDRADE, Débora El-Jaick (1); ANDRADE Inês El-Jaick (2);
ANDRADE Joana El-Jaick (3); SILVA, Alexandre Garrido da (4)**

(1) Doctorat en História UFF, Professeur d'Histoire à Universidade Federal Fluminense à Rio de Janeiro, Brasil. deb-eljaick@uol.com.br.

(2) Doctorat en Architecture et Planification Urbaine FAU/USP. Architecte du Département du Patrimoine Historique de la Fundação Oswaldo Cruz. ijaick@coc.fiocruz.br.

(3) Étudiante de Doctorat en Sociologie FFLCH/USP. Enseignante au Institut Fédérale de Éducation, Uberlândia, Minas Gerais Brasil . ajoanandrade@uol.com.br.

(4) Doctorat en Droit Publique/UERJ, Professeur de Droit de Universidade Federal de Uberlândia, Minas Gerais, Brasil. alexgarrido@bol.com.br.

Traduction : Reinaldo Gomez Larenas (Doctorat en Droit)

Resumo

A apropriação das faixas litorâneas para o lazer e a progressiva formação de uma "cultura da praia" produziram significativas mudanças nos costumes e nas formas de utilização dos espaços públicos urbanos, principalmente a partir da segunda metade do século XX. Tal fenômeno, vinculado ao surgimento e consolidação de uma poderosa e lucrativa indústria do entretenimento, movimenta hoje uma grande rede de recursos humanos e financeiros relacionados à atividade turística, delineando e pautando a vida das comunidades litorâneas e sua própria percepção e fruição do "tempo livre". O presente artigo tem como objetivo investigar o nascimento da "cultura da praia" na cidade do Rio de Janeiro, as transformações pelas quais passou e a sua atual vocação ao lazer nos moldes da indústria cultural, que possibilitam a leitura de códigos e significados que estão diretamente relacionados a um registro (*imprinting* cultural) de nossa época.

Palavras chave: paisagem cultural - espaço urbano – Rio de Janeiro - história cultural

Abstract

The appropriation of the coastal areas for the leisure and the progressive formation of a "beach culture" produced significant changes in the habits and in the forms of usage of the urban public spaces, mainly after the second half of the twentieth century. Such phenomenon, linked to the appearance and consolidation of a powerful and lucrative entertainment industry, today moves a great net of human and financial resources related to the tourist activity, delineating and ruling the coastal communities' life and their own perception and fruition of the "free time". The present article has as objective the analysis of the birth of the "beach culture" in the city of Rio de Janeiro, the transformations which it passed and its current vocation to the leisure in the molds of the cultural

industry, that makes possible the reading and interpretation of codes and meanings that are directly related to the cultural imprinting of our time.

Key Words: cultural landscape – urban space – Rio de Janeiro – cultural history

A construção de uma ambiência urbana: a paisagem da praia

The construction of a urban environment: beach landscape

La construction de l'ambiance urbaine: le paysage de la plage

I. Introduction

Depuis la colonisation du territoire brésilien, plusieurs voyageurs étrangers ont été attirés par l'image construite autour des aspects naturels et de la diversité des usages et coutumes de la population locale. Jusqu'au XIX^{ème} siècle, une telle représentation était, surtout, basée sur la connaissance produite à partir de plusieurs voyages scientifiques et explorations sur une réalité exotique et jusqu'à ce moment presque inconnue.

A partir du XX^{ème} siècle, cependant, la survivance et la reproduction de stéréotypes liés à la culture et aux attributs naturels et géographiques brésiliens sont devenus des objets de préoccupation et planification de l'Etat, dans le but d'une constitution politique et idéologique d'une identité nationale.

En ce sens, la valorisation des particularités nationales et le chauvinisme propagés par la "culture officielle", surtout à partir des années 30, ont reçu un important accent dans et hors du pays. Dans les récits sur les villes brésiliennes, les compositions des paysages locaux exportées présentent des images qui se distinguent par des visions paradisiaques (ou imaginaires), soit par des paysages naturels, des coutumes exotiques (héritages africain et indien) soit par des gens bronzés (synonyme de beau et sain). Ainsi, le paysage idéalisé par les visiteurs de villes littorales, comme Rio de Janeiro, l'ont été surtout grâce à leur plages.

Malgré la croissance du tourisme, avec une particulière intensité entre la fin des années 1970 et le début de l'année 1980, impulsée grâce à l'expansion des moyens de communication et de transport, a causé une vision plus critique et plurielle sur ces stéréotypes, a engendré également le renforcement d'une industrie qui finit par transformer les espaces en scénarios destinés à la consommation des spectateurs.

Les images et stéréotypes diffusés par l'industrie du tourisme, en partenariat avec l'Etat, ont créé un monde fictionnel et mystifié d'un loisir illusoire et spectaculaire qui ne coïncide pas avec l'expérience, beaucoup plus complexe, de ses habitants. Le visiteur, afin de "connaître" d'autres lieux va à la rencontre du "réel" déjà muni de ses perceptions, souvent trompeuses, avec l'objectif de collectionner des photographies pour prouver à lui-même et à ses proches qu'il a été en cet endroit (CASTROGIOVANNI, 2003,p.45).

De la même façon, l'industrie du tourisme promeut la simplification des identités et des biens culturels, une fois qu'il n'est pas possible de comprendre "l'autre" que par le contact furtif, au

lieu d'impressions durables. Ainsi, le touriste finit par "décomposer et reconstruire le paysage à partir de sa propre culture" (CASTROGIOVANNI, 2003,p.45). La signification plus profonde et permanente de ce contact est moins fréquente, elle a lieu quand elle est mélangée à des souvenirs des incidents humains ou quand se combinent le plaisir esthétique et la curiosité scientifique (TUAN, 1980,p.110).

A partir de ses considérations, la constitution de la plage comme un espace public destiné aux loisirs, ayant de plus en plus d'importance dans l'ambiance urbaine, ne peut être comprise que comme une simple conséquence de la beauté naturelle du territoire. La plage, en tant que le lieu de loisir et la formation des habitudes et des moeurs est un produit des manifestations sociales étroitement liés à la naissance et au développement d'une industrie culturelle dirigée vers les masses, qui influence la façon dont on perçoit et utilise le temps libre.

Dés que l'industrie culturelle dépend de cette collection ou consommation d'images des biens culturels, elle finit par être directement responsable de la déconstruction des valeurs artistiques et de l'identité culturelle d'un "produit" à consommer. Selon Yi-Fu Tuan (1980), même la perception de la beauté naturelle finit par se perdre en des contacts superficiels, en cette recherche consommatrice de nouveaux paysages.

Ainsi l'objectif du travail consiste en analyser le projet d'appropriation des côtes littorales pour le loisir et la formation progressive d'une "culture de la plage", qui a produit des changements significatifs aux coutumes et dans les manières d'utiliser les espaces publics urbains, surtout à partir de la deuxième moitié du XXème siècle, ayant comme sujet la ville de Rio de Janeiro. Un tel phénomène, lié à l'émergence et à la consolidation d'une puissante et profitable industrie de divertissement, met de nos jours en mouvement un grand réseau de ressources humaines et financières liées à l'activité touristique, décrivant et guidant la vie des communautés littorales et leur propre perception et jouissance du "temps libre".

II. Historique d'appropriation de la côte

Le littoral est une importante source des ressources naturelles et a rendu possible d'importantes activités économiques qui ont rendu les hommes dépendants des siècles. Les sambaquis, par exemple, des vestiges des sites archéologiques des peuples qui ont peuplé le littoral du Brésil et remontant à la pré-histoire, indiquent cet étroite liason entre les plages et l'appropriation humaine de leurs ressources naturels.

À la fois, l'attraction des individus vers le littoral et pour la mer remonte à l'Antiquité. Comme remarque Alain Corbin (1989), jusqu'à la fin de l'époque moderne prévalait

l'imaginaire populaire les images appropriées des penseurs classique et de la cosmogonie biblique: la mer était associée au déluge, au châtement divin, où y habitaient des monstres marins, où surgissaient des tempêtes indomptables et où on trouverait la mort subite en de fréquents naufrages. Les ports étaient l'entrée de la Peste, où débarquaient des pirates et envahisseurs comme les normands et sarrazins.

Ces interprétations prévalaient jusqu'au XVIIIème siècle quand la vision de la mer et de la plage commence à se transformer: ils ne représentaient plus le chaos et la mort, mais la beauté, le bonheur et l'harmonie de la création divine. Au siècle des Lumières, le progrès de l'océanographie et des sciences nautiques ont permis une plus grande connaissance et relatif contrôle de l'inconnu par l'observation, la documentation, la classification et la collecte des specimens de cet *habitat* exotique. Parallèlement, la plage a aussi été considérée plus proche de la nature édenique, en opposition à la ville, ambiance de corruption, d'excès et de vices. En Europe, on découvre le plaisir de retourner à cette ambiance intacte et de se mettre en contact avec la beauté tranquillissante de la plage. Jusqu'au XIX ème siècle les plages sont devenues lieux d'attraction, encouragés par la recherche de la santé et desormais des loisirs balnéaires, facilités par le développement des lignes ferroviaires qui reliaient les régions de plage. Pourtant, la pudeur de la société a contribué à la méfiance et à la discrétion de ses usagers. Non seulement les costumes de bain étaient lourds et couverts, mais effort technologique se concentrait sur la construction des machines qui permettaient que les baigneurs entrent et sortent sans être vus (TUAN, 1980).

Le terme "loisir" ou *vilegiatura* est apparu encore au XVIIIème siècle, mais est consacré au XIXème siècle à cause des déplacement à la campagne par la bourgeoisie qui a reproduit des habitudes aristocratiques, surtout des familles royales européennes. Au début du XIXème siècle, seule une couche restreinte de l'aristocratie partageait l'année entre deux saisons durant lesquelles elle vivait en ces propriétés - station mondaine (hivers et printemps) et la *vilegiatura* (été et automne). La bourgeoisie émergente en Europe après la révolution industrielle, selon ses moyens, acquérait ou louait des maisons de campagne pour passer de longues périodes (FUGIER, 1991). Selon Corbain (1989), c'était à partir de 1850 que la folie a commencé à atteindre les villes estivales au littoral tel que Bath et Brighton en Angleterre et Nice en France, jusqu'à ce moment fréquentés seulement par la bourgeoisie. Cela met fin au processus que l'auteur a dénommé "l'invention de la plage". En ce moment, les premières agences de tourisme sont créées (pour Thomas Cook aux années 1840-1860) et l'organisation des trains de passagers relie la capitale au littoral. Aussi les compagnies de trains ont baissé

leurs prix et ont assoupli les horaires des sorties en cherchant à attirer un public familial qui n'avait que les fins de semaine libres.

Autour du littoral on a créé, depuis le début du XIX^{ème} siècle toute une vie sociale qui dynamisait les affaires très profitables: des hôtels, des restaurants, des agences de voyages, des transports, des magasins, des librairies, des salons de jeux et de danse. Les villes littorales sont devenues des places des échanges sociales de la classe bourgeoise et de l'aristocratie, dans les quelles se rendaient les jeunes à la recherche de divertissements.

Au XIX^{ème} siècle, la rupture de la routine, l'éthique du travail, représentaient pour la bourgeoisie l'adoption d'un autre rituel, qui comprenait la présence de rendez-vous sociaux, où on pourrait établir des contacts avec des artistes et personnalités, menant à des nouvelles obligations sociales, l'élargissement de la sphère privée, en construisant un nouveau cercle restreint, composé par des gens connus et familiers qui se rencontreraient de temps en temps dans le même bain public.

La notion et l'importance des congés complémentaires de la vie urbaine et industrielle ne commence que dans la deuxième moitié du XIX^{ème} siècle. De plus en plus les vacances sont dissociées des congés religieux et considérées comme des droits des travailleurs. En ce qui concerne ces droits, l'État et les patrons s'occupaient de régler, discipliner et établir les espaces et les limites du temps dédiés aux loisirs de la classe ouvrière. Adorno (2002) remarque que le travail et le loisir sont complémentaires sous le capitalisme, cependant ils ne sont jamais entièrement libres de l'intervention du monde du travail.

Au Brésil, alors que le processus d'occupation du littoral remonte au XVI^{ème} siècle, ce n'est qu'à partir du XX^{ème} siècle que sont constitués des « noyaux de vacances », autour des centres urbains. D'abord la côte carioca a été vue comme le prolongement des édifications des petits barrages effectuées des intérêts privés, et des activités commerciales (jetées ou quais), sans que le morceau de terrain soit occupé par l'activité de loisir.

À la deuxième moitié du XVIII^{ème} siècle, dans la ville de Rio de Janeiro, ces espaces de côte commencent à être explorés et largement diffusés, basés sur les traités paysagistiques qui mettent l'accent sur la grande importance de la question de la salubrité. En 1785 on fait construire le Promenade Publique de Rio de Janeiro, en ayant une terrasse tournée vers la contemplation du bord de mer.

L'importance des bains de mer – et leur changement de statut social – ont commencé avec la présence de la Cour portugaise à Rio de Janeiro. Notamment, à travers la création du premier

bain public de la ville de la Ponta do Caju, à cause des besoins de bains thérapeutiques du prince régent D. João IV. C'est à ce moment que les bains thérapeutiques de mer gagnent plus de fréquenteurs, en étant prescrits par l'ordre des médecins, avec les horaires, la durée et le nombre d'exercices. Pourtant, le pudeur est encore très cultivée. Les baigneurs devaient nager en costumes de lourds tissus en seule compagnie de leur esclave. Les dames devaient en plus se baigner sous une tente de bain (ou maison de bain) étendue par son esclave, celui-là aussi habillé (KARASCH, 2000).

Selon Karasch (2000), le bain de mer était une habitude très courante pratiquée dans la ville par les esclaves africains des deux sexes et de tous les âges. Il existe des récits du XIX^{ème} siècle, qui sont des reproches sur l'habitude des esclaves noirs de se baigner tout nus sur plages de la Bahia de Guanabara ou célébrant leur croyances en les esprits des eaux (KARASCH,2000,p.104)

Cependant, les bains de mer au Brésil ne deviendront populaires qu'à partir du XX^{ème} siècle(MACEDO,1996), à mesure que la population s'accroît dans les villes, les espaces de loisirs, c'est à dire les divertissements, sont de plus en plus restreints et contrôlés. La raison de cela est qu'au Brésil, entre la fin du XIX^{ème} siècle et le début du XX^{ème} siècle, le nouveau modèle capitaliste industriel, symbole de modernité, est en train de se consolider.

Des interventions ponctuelles ont été le point de départ pour atteindre l'image que le pays désirait et la réorganisation urbaine dont la ville avait besoin. Le principal modèle urbain de réorganisation urbaine copié par d'autres nations et villes dont Rio de Janeiro, a été la Réforme de Paris par le Baron Haussman (France, 1853-70). Les arguments utilisés par l'élite brésilienne en 1903 pour intervenir dans l'espace urbain ont surtout été la question du assainissement, l'embellissement de la ville et la plus grande fluidité des circulation des marchandises et des personnes. Dans ce contexte, sont réalisés des remaniements des espaces verts qui ont eu une fonction sanitaire et plastique (à fin de donner une nouvelle apparence à la capitale de la République).

Ainsi, parmi les différentes interventions ponctuelles du début du XX^{ème} siècle dans la capitale de la république, se distinguent le barrage et aménagement des jardins des parties de la côte de la baie, en construisant une « route de corse » (dans le style européen), la *Promenade des Anglais* sur le modèle de Nice (France), dans le but de "former un cadre paysager" (BENCHIMOL, 1992, p.236) destiné à impressionner les visiteurs étrangers qui arrivent dans un bateau par la Baía da Guanabara: l'Avenue Beira-Mar. La *promenade carioca* a été basée sur le modèle de Nice, en France. Le modèle français fut la conséquence d'une

amélioration urbaine, financée par des touristes anglais, afin de conférer à la promenade les avantages de la civilité, comme les jardins fleuris avec palmiers et des larges trottoirs (5 km de côte). À son tour, le modèle carioca a été acquis grâce au barrage, il avait 5.200 mètres de longueur et 33 mètres de largeur.

Le développement de l'usage des plages pour les bains, promenades et pour le loisir contemplatif contribueront, à côté du développement des systèmes de transport, pour l'élargissement du périmètre urbain. Les quartiers de Copacabana et de Urca, au sud, sont des produits de cette expansion urbaine. Ces deux quartiers abritaient les nouveaux besoins des habitants des villes en matières de loisirs et les intérêts immobiliers pour de nouveaux marchés. Établis au bord de la mer, ils sont valorisés dans le contexte urbain en tant que bains publics, où les bains de mer quotidiens sont devenus populaires (MACEDO, 1996). A Copacabana au début du XXème siècle, qui est encore en grande partie inhabitée, sont construits des restaurants et maison de prostitution sur le bord de mer, dont l'accès est facilité par la présence des *bondes* de la Compagnie Ferro-Carril.

Les loisirs sportifs, les activités de rame et la natation, à côté du culte de plus en plus important du corps en tant que nouveau canon de santé et de beauté, deviennent représentatifs d'une classe bourgeoise en ascension, à partir du XXème siècle. Ainsi l'idéal de beauté abandonne le "poudre de riz" pour le teint bronzé.

III. Du lieux de loisirs aux plages: entre l'oisiveté et le travail

La plage, normalement représentée comme un espace de loisirs, de repos et de divertissement, est liée au sujet du temps libre et de ce que les gens, dans des sociétés contemporaines, en font. En règle générale, tel espace géographique, en sa dimension purement empirique, est associé à la sphère du « non-travail » ou du loisir. Pourtant, on soutient que la plage est un espace de loisirs et pas de la paresse, puisqu'il y existe une variété d'activités économiques. Ainsi, le loisir a l'air compatible avec la sphère du travail effectif- tandis que l'oisiveté ressemble plutôt à une dépendance qu'à une vertu. L'appréciation sociale du terme loisir, au point qu'on parle même d'une industrie du loisir ou du tourisme, indique deux phénomènes. D'abord la relation étroite entre le temps *dans* le travail et le temps *hors* du travail (ou temps "libre"). Selon Adorno (2002), le thème du temps libre engendre la perception du temps libre enchaîné a son contraire, c'est à dire, à la sphère quotidienne du travail considéré comme dépourvu de liberté et de créativité liée à la reproduction d'une activité avec laquelle le travailleur serait confronté à quelque chose d'extérieur à lui même. (ADORNO, 2002:112) Secondairement, le temps destiné à la "revitalisation" physique et psychologique de l'individu nécessaire à la

reproduction et à l'entretien de la sphère du travail. D'autant plus que le temps *hors* du travail est organisé selon la logique économique d'une "industrie du loisir" qui transforme en objets de consommation les espaces, les paysages et les moyens nécessaires à la jouissance du temps libre (ANTUNES, 2001). Cela veut dire que le tourisme comme partie de l'industrie culturelle est organisé pour les profits (ADORNO, 2002:115), alors que la plage en tant qu'espace de loisir, est incorporée en cette même logique.

La bande côtière de la ville, surtout ses nombreuses plages, aussi bien que d'autres espaces géographiques qui se démarquent au milieu du bel et unique relief de la ville de Rio, est le paysage *par excellence* qui fonctionne comme attraction touristique de Rio de Janeiro. L'État a encouragé, avec le secteur privé, le développement du potentiel touristique des villes côtières, comme c'est le cas de Rio de Janeiro. L'État a comme but la formation d'une image attractive, dans le marché national comme international. Il s'agit d'une nouvelle conception copiée de la gestion d'entreprise qui est devenue de plus en plus fréquente dans l'administration publique, comme moyen de propagande ou de *marketing* des villes.

En 1997 la Mairie de Rio de Janeiro, à travers le Secrétariat spécial chargé du tourisme et avec différents segments de la société – y compris le secteur privé - ont commencé la préparation du Plan du Tourisme de la ville de Rio de Janeiro: ce qu'on appelle "Plano Maravilha". Ce projet a annoncé générer un plan stratégique⁶¹ pour le secteur à travers la production d'une image touristique de la ville. Le discours devrait identifier la vocation touristique de la ville à développer une planification à long terme - générant de nouvelles opportunités pour les loisirs et la culture, de nouvelles ressources financières et l'amélioration de l'infrastructure touristique - pour attirer et ramasser des investissements du secteur privé à travers de la construction d'une identité de la ville. En vérité ce projet ne visait qu'à gérer et améliorer le produit touristique "Rio" au Brésil et dans le monde, à travers une divulgation systématique de son potentiel, surtout dans les publications touristiques traitant des aspects structurels, culturels et de loisir de Rio de Janeiro et en actions de promotion et de vente à travers la participation en les principaux événements touristiques des calendriers national et international.

Le projet a été accepté par le Mairie et suivait la ligne directrice développée par d'autres métropoles, comme par exemple les Olympiades de Barcelone de 1992, pour encourager l'image internationale. Il a été structuré en deux étapes successives. Dans la première étape 40

⁶¹ Le plan stratégique est dominé par la gestion des affaires et utilisé désormais comme un outil des gouvernements locaux pour le repositionnement des villes au niveau régional et mondial.

produits ont été choisis comme des objets de marketing (diagnostic) et comme des manières de promouvoir (stratégie de développement). Cela a été suivi par le Plan Opérationnel, selon lequel ont été élaborés des projets pour mieux permettre le tourisme dans la ville, avec l'objectif d'obtenir une augmentation significative de la demande touristique. En janvier 1998 l'étape d'implantation du Plan Maravilha a commencé.

Dans ce projet la plage occupe la place privilégiée, puisqu'elle est un espace public qui peut être approprié par l'initiative privée et apprécié autant par les populations natives que par les étrangers. Presque treize ans après, le succès de cette stratégie de gestion de l'image de la ville est concret. Pourtant, l'augmentation de la demande touristique ne s'est pas reflétée en des projets d'amélioration de l'infrastructure de la ville. Récemment sont en discussion des projets urbains qui annoncent requalifier des ambiances dégradées, mais qui ont du potentiel pour incrémenter le tourisme dans la ville, tel que le Porto Maravilha (Port Merveilleux) et le Museu do Amanhã (Musée de l'avenir). Encore une fois, il n'est pas mis en question le planification urbain de la ville toute entière.

Au début des années 1990 fut conçu le Projet Rio Orla. Son objectif était de ré-urbaniser la face littorale, à l'époque 30km, pour recevoir le public national et étranger de la Conférence Générale des Nations Unies – l'“ECO-92”. On a introduit les pistes cyclables au bord de la mer et construit 300 tentes uniformisées, en structure carrée en bois et couverture en fibre. De cette manière l'espace de loisir de Rio a été élargi et retravaillé autant pour les usagers que pour les commerçants locaux.

Au milieu de l'année 1998, influencé par les résultats du Plano Maravilha, le Plano Rio Orla a été réactivé pour établir un plan de revitalisation du commerce et du tourisme au bord de la mer à travers de la modernisation des tentes. Cette modernisation a engendré un remplacement des anciens équipements urbains par des structures circulaires métalliques entourées de verre, une solution adoptée afin de ne pas détruire la vue de la mer, et assises sur un large pont de fibre. Le nouveau projet architectural des traditionnels points de commerce, en vendant tant de l'eau de noix de coco que des boissons alcoolisées, a été signé par l'architecte Luiz Eduardo Índio da Costa et inclut tant une solution plastique *high-tech* qu'un espace de sous-sole pour dépôt, cuisine et salle de bain de 15m². Ces points de commerce ont commencé à être introduits en 2006 le long de l'extension côtière de 34km, du Leme à Prainha. Pourtant, la valeur de leur entretien et celle des concessions de ces nouveaux points de commerce ont fini par éloigner les petits commerçants et privilégier des réseaux de bars déjà connus.

La plage, en se rapportant aux distinctions auparavant élaborées, est encoe un espace social où coexistent ensemble le loisir et le travail. La dimension du travail est présente, par exemple, dans le commerce varié, légal ou ambulant, qui a lieu sur la côte (tentes, restaurants, boutiques qui vendent des souvenirs, parmi d'autres activités commerciales). Cette dimension du travail se retrouve aussi dans l'activité hôtelière, ainsi que dans le sable, comme par exemple, les vendeurs de boissons, de nourriture, de vêtements et d'accessoires.

Certains éléments de ce commerce intègrent le paysage, défini comme un processus culturel qui synthétise la donnée naturelle et l'intervention culturelle de l'homme (MENESES, 2002). Sur les plages de Rio, par exemple, il y a les vendeurs d'infusions et de limonade et transportant deux galons d'aluminium. Les pratiques culturelles, sociales et aussi commerciales constituent des activités humaines qui font partie des représentations communes d'un espace, constituant, ainsi, son paysage. D'autre part, la dimension de loisir, qui donne aux plages à Rio un fort potentiel d'attraction touristique, est responsable de la génération des précieuses ressources financières pour la ville à travers la création des emplois et la paiement des impôts.

La plage est aussi un espace de loisirs qui habituellement est considéré comme démocratique, puisque l'utilisation y est gratuite est libre à tous sans aucune distinction. Tel espace social est aussi perçu comme possédant un caractère rassembleur, qui s'oppose à la hiérarchie, au formalisme et aux distinctions de classe et de statut dénotant la structure sociale ou la dimension du quotidien de la société.

Ainsi une interprétation commune de la "culture de la plage" est décrite à partir du concept de rituel social qui permet de saisir la méthode dynamique du phénomène "d'aller à la plage". La plage est envisagée, donc, comme un endroit (et même comme une culture unique) où se neutralisent de plusieurs systèmes sociaux de hiérarchie qui sont présents au quotidien. Il s'agit d'une place où le réseau des rapports sociaux serait constitué par des interactions informelles dans lesquelles les distinctions sociales habituelles n'auraient pas lieu.

En ce sens, prévalent les interprétations habituelles de la culture de la plage et le même idéal de démocratisation qui guide quelques études ethniques a propos de la société brésilienne, notamment celle de Gilberto Freyre (1998). Selon ces études, la pluralité, l'harmonie et l'adaptation – et non la ségrégation, les conflits et les hiérarchies sociales – seraient la marque de la société brésilienne.

Une visite à la plage, très souvent est suffisante pour réaliser que tel espace est apprécié par

des individus qui occupent différentes positions dans la structure sociale. Cependant les interactions sociales sont généralement superficielles et sporadiques. Ce fait est facilement perçu en ces petits “lotissements” que font les visiteurs, aussitôt qu’ils arrivent à la plage, avec leurs tentes, chaises et serviettes, délimitant la portée de sable saisie, individuellement ou en famille, à des fins récréatives. En fins de semaine ensolleillée et lorsque la mer est calme, le simple fait de parcourir l’extension de sable jusqu’à l’eau sans “intervenir” en ces “petites sphères privées d’appropriation d’un bien public” devient une tâche assez difficile.

Le lotissement est exprimé par l’appropriation effectuée par des groupes identitaires forgés et liés à des territoires spécifiques. Ces espaces, marqués par des “tribus”, segments distincts ou groupes minoritaires – comme c’est le cas du poste 9, sur la Plage de Copacabana, “point” connu où se réunissent des homosexuels et leur partisans – prennent une importance dans le processus de socialisation, d’exposition et de mobilisation de ces groupes pour le bien de la reconnaissance sociale.

En des situations plus extrêmes ces hiérarchies décrites plus haut se confrontent et l’État ne peut plus exercer le contrôle social et limiter les manifestations de subversion de l’ordre. Ce sont des événements connus sous les noms de “arrastões”⁶² (chalutiers), qui ont eu lieu dès le début des années 1990, qui ont percé l’illusion de la plage comme espace démocratique, libre des interférences de la société de classe. La peur de “l’invasion des pauvres et des bandits” ont amené divers secteurs des classes élevées et moyennes à réclamer des gouvernements des mesures ségrégationnistes, de façon à empêcher que les groupes d’habitants des bidonvilles voisins puissent fréquenter les plages de la ville. Cédant à ces pressions, le gouvernement a ordonné à la police militaire de rechercher les passagers dans les autobus qui partaient des bidonvilles vers les plages et à faire des “détentions provisoires” de ces suspects présumés.

D’autre part, l’idée de loisir à la plage était associé à la pratique des sports, au culte du corps sain et bronzé, aux loisirs et au repos. La “culture de la plage” recommande un idéal de beauté qui anime une industrie et un commerce diversifiés des produits *light*, des bikinis, des accessoires et cosmétiques, aussi bien que des cours de *fitness*. Le paysage de la plage est lié à une représentation du culte du corps qui fonctionne comme une distinction sociale entre ceux qui se conforment ou non au type idéalisé – bronzé, mince et athlétique– des amateurs de plage.

⁶² Le terme “arrastão” décrivait les vols et assauts simultanés menés par des groupes d’adolescents de la périphérie de la ville contre des baigneurs dans les plages du sud de la ville de Rio de Janeiro.

Ainsi, la plage constitue un espace social dans lequel coexistent les dimensions du loisir et du travail, les deux étant étroitement liés. Dans la section suivante nous allons approfondir le thème de l'industrie culturelle du tourisme et son impact sur le processus de constitution de la culture de la plage.

IV. Tourisme et culture de la plage dans des sociétés de consommation de masses

Une grande partie de l'industrie de tourisme de masses, née durant la moitié du XIX^{ème} siècle, se nourrit exactement de la consommation des paysages, c'est à dire, de son appropriation sous la forme de marchandise. Les gens sont poussés par la quête incessante pour échapper à la routine. Ainsi la plage n'exige pas d'effort intellectuel pour sa réalisation. Grâce à sa promesse de fournir de nouvelles aventures sans risque, en raison du degré élevé de planification et schématisation, les consommateurs sont attirés efficacement par l'industrie, en obéissant à des horaires prédéterminés et rigides afin d'avoir accès à un mélange d'informations dispersées, généralement aléatoires et superficielles, inscrites dans une nouvelle réalité que leur est présentée.

Alors, cette modalité de tourisme, aujourd'hui pratiquée sur une grande échelle, n'envisage pas encourager ses praticiens de comprendre la vaste gamme d'informations présentes dans le paysage– les pratiques, moeurs, valeurs, représentations collectives, aspects géographiques, relations sociales, formes d'organisation socio-économiques, conflits et contradictions sous-jacents à cette ville. Ils se limitent à la perception par le sens d'une profusion de sons, goûts, odeurs, textures et vues qui apparemment s'expliquent d'eux mêmes. La dimension historique et sociale est déconsidérée, et le paysage est vendu comme simple marchandise, dépourvue de signification, quoique dotée de prestige social, légitimée par la capacité d'attraction touristique des endroits pour lesquels la publicité doivent jouer un rôle fondamental.

La fonction ludique de la publicité, assume la tâche d'intégrer les individus à la société par l'adhésion et le consentement pseudo-spontanés. L'imaginaire social que la publicité contribue à former cache l'ordre réel de production et d'exploration en même temps qu'il la maximise, lui donnant du rythme et lui donnant de manière croissante du rythme et de la dynamique. Ainsi le consommateur intériorise, au milieu du mouvement de consommation, le social et ses normes, et s'adapte aux règles politiques de la société. Cette situation s'est renforcée dès les années 1990 par l'expansion de l'*internet*, qui au delà de transmettre des images pour attirer la consommation pour les ordinateurs au monde entier, rationalise le choix des itinéraires, rend disponibles en ligne des services d'informations touristiques, réservation

des billets d'avion, des réservations des hôtels et des divertissements.

La publicité touristique utilise les mêmes ressources psychologiques pour régler le comportement de son public consommateur et, dans le cas de l'industrie du tourisme, elle a ciblé, conçu des itinéraires et attractions pour tous les goûts et clientèles. La machine publicitaire, impliquée dans le processus, encourage le désir du consommateur pour le goût des sentiments et pour les stimuli promis qui peuvent être trouvés dans les régions côtières. Cela n'étonne donc pas que la perte de signification de la réalité expérimentée mène à la totale incompréhension devant l'inconnu, reflété soit par le dégoût ou le rejet de l'"exotique" ou par sa transposition directe au familier.

Dans le cas particulier de la plage, les images propagées par l'industrie du tourisme se rapportent presque exclusivement à trois facteurs: santé/beauté, sexe et contact avec la nature. Ces dimensions caractérisent et constituent les images clés, des attentes diffusées par la publicité, afin de diriger les stratégies de l'industrie du tourisme et de promouvoir une plus grande circulation de personnes, des biens et des capitaux. Tels attributs et représentations continueront probablement à rester vives dans la conscience des individus, en dépit du contact réel établi entre ceux-ci et les paysages. Par exemple, l'idée que la plage serait pleine de belles femmes, restera alors que le touriste ne les a pas réellement vues. L'idée que la plage constitue un endroit idéal pour le maintien de la santé et à l'établissement d'un contact plus proche avec la nature ne peut pas être écartée, bien que qu'on connaisse les niveaux élevés de la pollution dans le sable et la mer.

Cela rend évident, donc, que la contemplation touristique du paysage ne peut pas se confondre avec sa réelle compréhension, activité qui nécessite un effort de réflexion considérable pour surmonter les images et représentations diffusés et transmis par l'industrie, atteignant la compréhension historique, politique, sociale, culturelle et économique d'une certaine société, c'est à dire la vision de sa totalité, qui dépasse un idéal postmoderne du monde, une expérience vécue à travers plusieurs images mobiles et hors du contexte, des identités fragmentées.

Considérations finales

La culture de la plage, en tant qu'un ensemble des pratiques socialement déterminées qui peuvent être interprétées, transformées et réinventées par les sujets sociaux, ne doit pas être analysée comme une réalité à part, isolée de la totalité sociale. Cela s'explique par le fait

qu'elle est placée dans un contexte historique particulier, qui fait partie d'un ensemble politique, économique, social et culturel des sociétés capitalistes contemporaines. L'appropriation de la côte par l'industrie culturelle construit un imaginaire à propos d'elle qui la sépare si bien de son historicité que du fait qu'elle a été récemment incorporée par la logique du capital. Ainsi, la culture de la plage apporte les contradictions et les ambiguïtés latentes de cette forme particulière d'organisation sociale qui devient de plus en plus évidente dès lors que l'on examine les transformations de la plage en des espaces de divertissements et loisirs, indissolublement liés à la consommation. Alors qu'elle est présentée comme un espace ouvert, libre à la circulation, et, donc, "démocratique", la plage ne laisse pas de reproduire des barrières sociales et des critères hiérarchiques, soit dans la façon d'occuper son espace, soit dans le contact interpersonnel proposé.

Bibliographie

- ADORNO, Theodor (2002). *Tempo livre*. Indústria Cultural e Sociedade, São Paulo, Paz e Terra.
- ADORNO, Theodor y HORKHEIMER, Max (1985). *Dialética do esclarecimento*, Rio de Janeiro, Jorge Zahar.
- ANTUNES, Ricardo (2001). *Os sentidos do trabalho: ensaio sobre a afirmação e a negação do trabalho*, São Paulo, Boitempo Editorial, p.:173-178, 2001.
- BAUDRILLARD, Jean (1990). *Significação da publicidade. Teoria da Cultura de massa*, Rio de Janeiro, Paz e Terra.
- BENCHIMOL, Jaime Larry (1992). *Pereira Passos: um Haussmann tropical*. Rio de Janeiro, Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro.
- CASTROGIOVANNI, Antonio Carlos & GASTAL, Susan (org.) (2003) *Turismo na Pós Modernidade: (Des) Inquietação*. Porto Alegre, EdIPUC-RS
- CORBIN, Alain (1989). *O território do vazio: a praia e o imaginário ocidental*, São Paulo, Companhia das Letras.
- FUGIER, Anne Martin (1991). *Os ritos da vida privada burguesa*, en ARIÈS, Phillippe y DUBY, Georges (ed.). *História da Vida Privada*, Vol. 4, São Paulo, Companhia das Letras, p.: 228-235.
- FREYRE, Gilberto. (1998). *Casa Grande & Senzala*. 34ª edição. Rio de Janeiro, Record.
- KARASCH, Mary C. (2001). *A vida dos escravos no Rio de Janeiro: 1808-1850*, São Paulo, Companhia das Letras.
- MACEDO, Silvio Soares y PELLEGRINO, Paulo Renato (1996). *Do Éden à cidade: transformações da paisagem litorânea brasileira*, en YÁZIGI, Eduardo; CARLOS, Ana Fani A. y CRUZ, Rita de Cássia A. da. (ed.). *Turismo, espaço, paisagem e cultura*, São Paulo, Hucitec, p.: 155-160.
- MENESES, Ulpiano T. Bezerra de (2002). *A paisagem como fato cultural*, en YÁZIGI, Eduardo (ed.). *Turismo e paisagem*, São Paulo, Contexto, p.: 29-64.
- ROSEN, George (1994). *Uma história da saúde pública*, São Paulo, Hucitec, Editora da Universidade Estadual Paulista, Rio de Janeiro, Associação Brasileira de Pós-Graduação em Saúde Coletiva.
- TUAN, Yi-Fu (1980). *Topografia: um estudo da percepção, atitudes e valores do meio ambiente*, São Paulo, DIFEL/Difusão Editorial S.A.

TROISIEME CHAPITRE

Pouvoirs et tourisme

Power and tourism

La question du pouvoir est pertinente pour analyser le phénomène touristique dans ses différentes composantes : fondements et catégories, pratiques, marchés, institutions et mondialisation. A l'inverse, en quoi le tourisme peut-il constituer un terrain privilégié pour l'étude des rapports de pouvoirs et de domination ? Le tourisme est-il un outil de légitimation du pouvoir institutionnalisé ? Comment contribue-t-il à contester ou transformer l'ordre établi ? Peut-on repérer des modalités de renforcement ou, au contraire, de déstabilisation des pouvoirs en place qui seraient propres au tourisme ? Quels sont les paradigmes susceptibles d'appréhender les relations de pouvoir en milieu touristique ? In fine, en quoi le concept de « pouvoir » contribue-t-il à notre compréhension du tourisme ? Comment les nouvelles théories du pouvoir et de ses effets informent-elles nos analyses du travail, du capital et de la liberté au sein du tourisme ?

3.1. Tourisme et projet politique, quel rôle dans l'invention territoriale ?

Tourism and political project, what function in the territorial invention?

Mihaela AXENTE

Université du Havre

Mihaela AXENTE (mihaelaaxente@yahoo.fr) est doctorante en géographie depuis 2008, à l'Université du Havre, le laboratoire CIRTAL. Ses travaux de recherche, déroulés dans le cadre d'une convention CIFRE en collaboration avec l'Agence d'Urbanisme du Havre et de l'Estuaire de la Seine, portent sur le processus de construction territoriale comme démarche de l'acteur politique et le rôle du tourisme.

Résumé

La dynamique de construction territoriale lancée dans l'estuaire de la Seine avec le Pont de Normandie ouvert en 1995, a favorisé la création du Comité des Elus de l'Estuaire. Le tourisme est loin d'être une priorité pour les acteurs politiques réunis dans ce club informel et ce n'est pas non plus une activité évidente à cette nouvelle échelle estuarienne. Cependant, la réflexion sur un projet touristique estuarien fait preuve de la plus grande pérennité parmi les travaux du Comité. Les premières actions mises en œuvre et la première forme de structuration lui reviennent également. Comment analyser et expliquer « ces performances » de la réflexion autour du tourisme dans le cadre plus global du projet territorial politique et quelle démarche méthodologique utiliser ?

Mots clé: territoire, estuaire de la Seine, tourisme, acteurs.

Abstract

The dynamics set going in the Seine Estuary with the construction of the Normandy Bridge in 1995 favored the creation of the Estuary Representatives Committee. Tourism is far from being a priority for the political actors gathered in this informal club and it is not an obvious activity either at this new estuarial scale. However, the reflection on an estuarial tourist project shows the biggest perpetuity among the Committee works. The first implemented actions and the first structuring initiative also belong to it. How to analyze and to explain these tourism "performances" and which methodological approach to use?

Key words: territory, the Seine Estuary, tourism, actors

I. Introduction

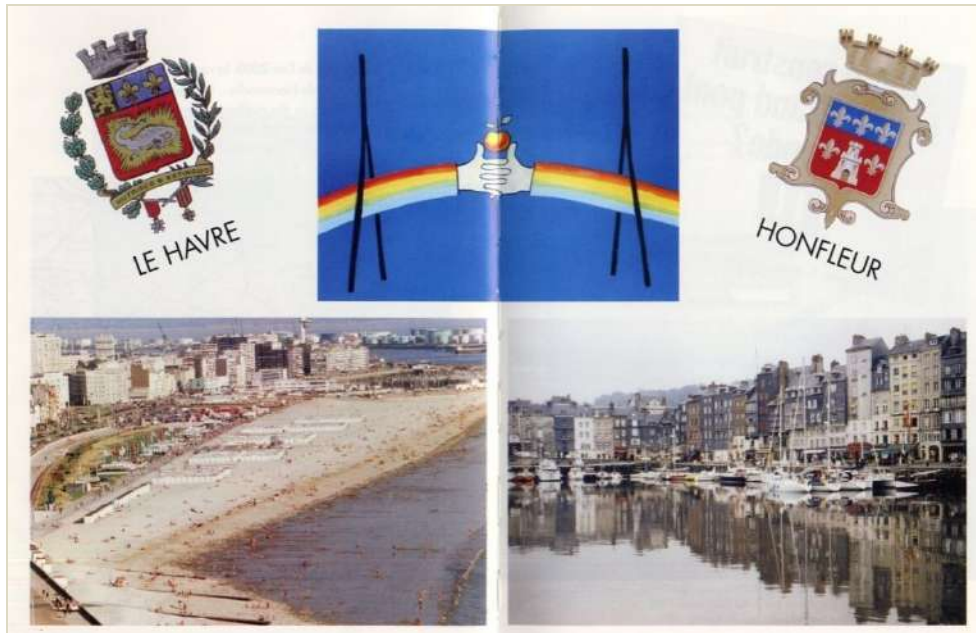
Autrefois un *espace d'échange*⁶³ (Liotard, 1992) entre les habitants des deux rives de la Seine, l'Estuaire est devenu dans la période de l'après-guerre un espace fracturé, avec le fleuve comme barrière. L'augmentation du trafic portuaire, la fracture administrative entre les deux régions, la spécificité de chaque rive – au Nord les industries, au Sud la campagne – ont transformé l'espace estuarien en deux entités géographiques distinctes, chacune avec sa personnalité, mettant à distance le voisin situé en face par l'expression « de l'autre côté de l'eau ».

L'inauguration du Pont de Tancarville en juillet 1959 ne facilita pas beaucoup l'approchement des deux rives, étant donné le temps nécessaire pour passer d'une rive à l'autre si on habitait le Havre ou Honfleur, les villes représentatives de l'estuaire de la Seine. Le désenclavement a été plus sur l'axe est-ouest.

C'est la construction du Pont de Normandie qui a lancé une nouvelle dynamique de coopération territoriale. Avec sa construction en 1995, l'estuaire connaît une nouvelle étape de son histoire celle du *changement d'axe* (Lecoquièrre, 1998, p.27) qui a induit un nouveau cycle de développement, appuyé sur les deux rives et leurs arrière-pays et non seulement sur l'axe du fleuve. Dans le nouveau contexte, le Havre saisit l'occasion pour mettre en œuvre son ambition d'élargissement territorial vers la rive gauche et de lancer la construction territoriale à l'échelle estuarienne, échelle dont les limites étaient très floues.

Le Pont de Normandie devient la marque de l'Estuaire de la Seine et il symbolise les ambitions d'approchement des deux rives. Au moment de sa construction les espoirs sont grands. Mais pour construire un territoire qui prenne en compte les deux rives, il fallait beaucoup plus qu'un pont.

⁶³ « De 1820 à 1920, trente-cinq bateaux à vapeur et à roue assuraient la liaison entre les deux rives. » (Liotard, 1992).



Source : LEGOY J., 1996.

« si l'existence d'un pont, comme celui de Normandie, est la condition obligatoire et préalable à la création d'un territoire estuarien, elle n'est en aucun cas suffisante s'il n'y a pas de volonté locale pour y parvenir »

(Lecoquierre B., 1998, p.135)

II. Démarche politique et soutien technique pour un projet de territoire



Pour qu'une construction sociale qui repose sur une idéologie territoriale se réalise et s'approche d'une existence réelle, il faut un *détonateur*, un homme ou un groupe qui prenne en main la destinée. (Tesson, 2004, p.232)

Le territoire politique de l'Estuaire de la Seine

Pour l'Estuaire de la Seine, l'initiateur a été le maire du Havre (A. Rufenacht⁶⁴), avec le groupe d'élus réunis dans le cadre de la structure de gouvernance informelle : le Comité des Elus de

l'Estuaire (CEE). Ce club politique resté jusqu'à présent (novembre 2011) avec un fonctionnement informel, basé seulement sur la bonne volonté des élus de travailler ensemble, réunit les cinq Pays (loi Voynet) regroupés autour de la ville du Havre⁶⁵. Le courrier d'invitation adressé aux élus parle d'une « rencontre pour dégager des priorités communes à

⁶⁴ Après 40 ans avec une équipe communiste (1956-1995), la municipalité du Havre passe à droite en 1995. Le nouveau maire est une figure marquante de la scène politique régionale, mais également nationale. Ancien Conseiller général du Havre en 1973, Antoine Rufenacht a été membre des deux premiers gouvernements [Raymond Barre](#) au poste de Secrétaire d'Etat. Il fut également président du [conseil régional de Haute-Normandie](#) en 1992 et [député](#) de la Seine-Maritime de 1975 à 1981 puis de 1986 à 1995.

⁶⁵ Le territoire politique de l'Estuaire de la Seine réunit les 5 Pays situés autour du Havre : Le Havre Pointe de Caux Estuaire, Caux vallée de Seine, Risle Estuaire, d'Auge et des Hautes Falaises et il s'étend sur deux régions (la Haute et la Basse Normandie) et 3 départements (Calvados, Eure et Seine Maritime).

faire valoir dans le cadre de la D.T.A.⁶⁶ de l'Estuaire de la Seine et pour développer des coopérations concrètes rapprochant les deux rives.⁶⁷»

La première réunion a lieu le 15 mai 1998 à l'hôtel de ville du Havre. C'était pour la première fois que les élus des deux côtés de la Seine se réunissaient. A l'échelle estuarienne, ce rassemblement d'élus représente un moment symbolique.

A partir de ce moment, les élus décident de se réunir régulièrement. Le Comité regroupera une vingtaine d'élus et il se dote d'une présidence annuelle tournante. Son rôle déclaré est de « rassembler les volontés particulières dans un espace partagé »⁶⁸, ayant comme vocation d'être un lieu de réflexion, de concertation et de proposition, un représentant privilégié des intérêts communs de l'Estuaire et un initiateur de projets et accords sur les questions essentielles de l'Estuaire. Depuis sa création et jusqu'en juillet 2011, le CEE s'est réuni d'une trentaine de fois.

Cependant, l'acteur politique a besoin dans ses démarches des outils techniques adéquats qui le soutiennent. Dans le cas de l'Estuaire de la Seine, l'outil stratégique qui a accompagné et soutenu les travaux du CEE depuis le début a été l'Agence d'Urbanisme de la Région du Havre et de l'Estuaire de la Seine (AURH)⁶⁹. Nous considérons nécessaire de faire remarquer

⁶⁶ La Directive Territoriale d'Aménagement (D.T.A.) de l'estuaire de la Seine fait partie des sept premiers exercices de ce type engagés en France depuis la création de cet outil d'urbanisme par la loi d'orientation pour l'aménagement et le développement du territoire n°95-115 du 4 février 1995, modifiée par la loi d'orientation pour l'aménagement et le développement durable du territoire n° 99-533 du 25 juin 1999 et la loi relative à la solidarité et au renouvellement urbains n°2000-1208 du 13 décembre 2000. La DTA de l'estuaire de la Seine a été approuvée par décret en conseil d'État du 10 juillet 2006. Le territoire concerné par la Directive territoriale d'aménagement de l'estuaire de la Seine, comprend le territoire de l'estuaire de la Seine et de la Baie de Seine en sa partie tiers est.

⁶⁷ Archives AURH, N/REFS : 12806/98/JC

⁶⁸ Antoine Rufenacht, président du Comité des Elus de l'Estuaire et maire du Havre, préface à l'ouvrage *L'Estuaire de la Seine : un passé en commun, un avenir en construction*, Editions des Falaises, 2009.

⁶⁹ Créées par la Loi d'Orientation Foncière (LOF) de 1967, les agences d'urbanisme ont vu évoluer leurs compétences et leurs territoires d'intervention. La Loi d'Orientation pour l'Aménagement et le Développement Durable du Territoire (LOADDT) votée en juin 1999 et la Loi Solidarité et Renouvellement Urbain (SRU) du 13 décembre 2000 ont confirmé le rôle et les missions des agences. A présent en nombre de 52 en France, les agences ont pour la plupart un statut d'association dite « loi de 1901 », cadre juridique confirmé par la loi Voynet (LOADDT). « Les communes, les établissements publics de coopération intercommunale et les collectivités territoriales peuvent créer avec l'Etat et les établissements publics ou autres organismes qui contribuent à l'aménagement et au développement de leur territoire, **des organismes de réflexions et d'études appelés « agences d'urbanisme »**. Art .L121-3 (L. n°99-533 du 25 juin 1999, art.48) Chaque agence d'urbanisme reste une structure singulière par la spécificité du cadre local, les institutions, les acteurs et les enjeux de son terrain d'intervention. D'abord limités à l'urbanisme – une compétence qui a été transférée aux collectivités locales en 1983 -, les domaines de réflexion et d'intervention des agences se sont variés et étendus à des échelles territoriales variées. A présent, les principales missions sont l'observation, la planification, l'animation, la préparation et le montage des projets, ainsi que l'anticipation et la prospective.

le rôle stratégique de cette structure technique. Dans le premier compte rendu nous retrouvons la confirmation de son implication dès le début. Le maire du Havre fait bien remarquer, pour éloigner toute autre intention cachée, que « l'idée de cette réunion provient des représentants de la région havraise rassemblés dans l'AURH et que c'est donc en tant que Président de l'Agence d'Urbanisme qu'il en a pris l'initiative »⁷⁰. A l'époque, son terrain d'action était la région havraise. L'agence interviendra comme facilitateur, en usant de son rôle de structure d'interface, pour mettre en place une intercommunalité à l'échelle des enjeux de la région havraise. Elle a la charge d'organiser les réflexions stratégiques à l'échelle de l'estuaire et le dialogue entre les différents acteurs. Mais au-delà d'une fidélité vis-à-vis du maire du Havre qui avait assuré depuis toujours sa présidence, la transterritorialité est souvent un argument vital pour les structures en charge de l'aménagement. En 2002, elle deviendra la structure de réflexion non plus de la région havraise, sur la rive droite de la Seine, mais de l'Estuaire, réunissant des territoires de 3 départements et 2 régions. (Saunier, 2010, p.165) A la différence des services techniques territoriaux classiques qui freinent les tentatives d'élargissement territorial par la peur de voir leur utilité disparaître et leur existence menacée, nous retrouvons dans le cas de l'Estuaire de la Seine, un portage politico-technique tout à fait cohérent.

III. Territoire et tourisme, un rapport étroitement lié

L'objet de toutes attentions depuis une vingtaine d'année, le territoire est devenu un concept interdisciplinaire. Les géographes ne sont pas les seuls à s'y intéresser et à explorer les problématiques liées. Des sociologues, des historiens, des ethnologues ou des anthropologues s'intéressent, d'où l'appel à des méthodes interdisciplinaires.

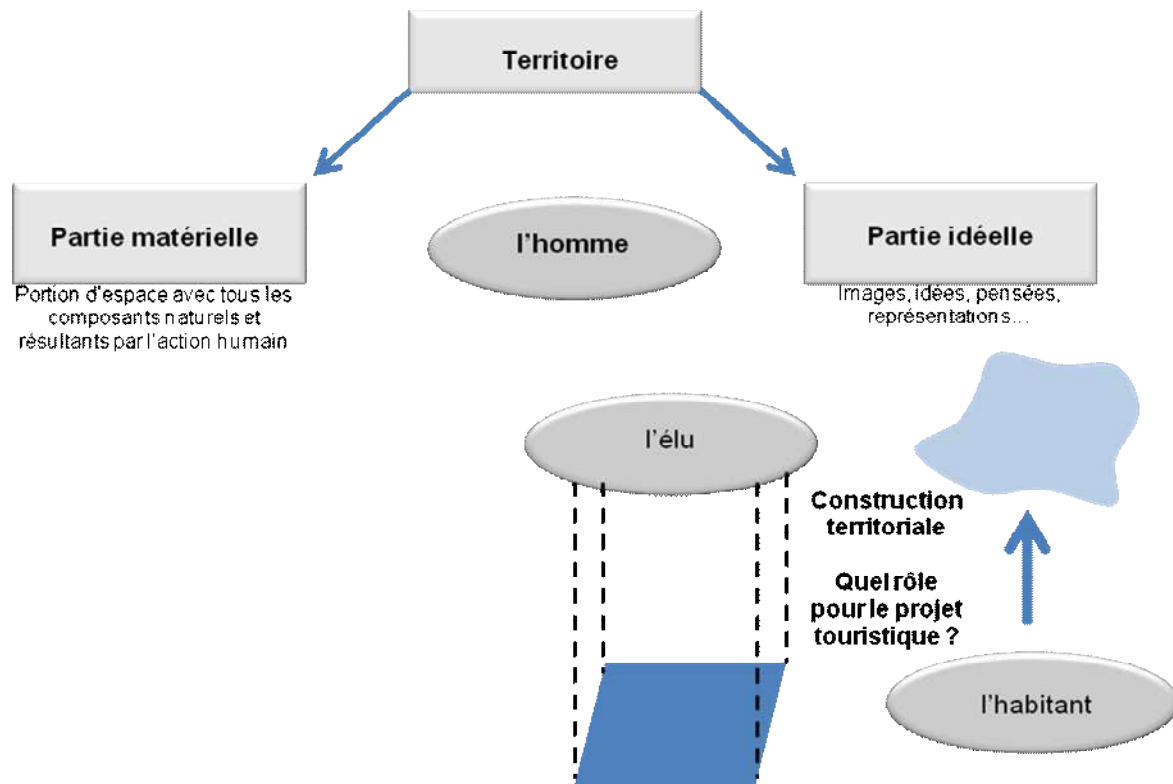
Portion de la surface terrestre, appropriée par un groupe social au sens large, la notion de territoire est omniprésente dans l'univers quotidien. Plus qu'un simple découpage de l'espace qui puisse correspondre à des logiques de pouvoir politique, administratives et économiques, le territoire suppose des valeurs intrinsèques, d'ordre culturel, affectif, social, symbolique. C'est pour cela qu'une analyse de la construction territoriale devra prendre en compte un double processus. A la fois, le territoire est un produit fabriqué à base de l'espace (Vanier,

L'ancêtre de l'actuelle Agence d'Urbanisme de la Région du Havre et de l'Estuaire de la Seine (AURH), vit le jour en 1965. Le 17 juin 2003, l'assemblée générale de l'association approuvait les nouveaux statuts et le nouveau nom de l'AURH, adopté depuis décembre de l'année précédente : Agence d'Urbanisme de la Région du Havre et de l'Estuaire de la Seine. Quatre ans plus tard, elle ratifiait un périmètre de compétences étendu aux Pays Havre Pointe de Caux Estuaire, Caux vallée de Seine, Risle Estuaire, d'Auge et des Hautes Falaises. (SAUNIER F., *Histoire d'une pionnière 1965-2010 L'agence d'urbanisme de la région du Havre et de l'Estuaire de la Seine*, Editions des Falaises, 2011, p.170-171).

⁷⁰ NA N°3699.98/LLD/MT

1995, p.93-103) par des projets politiques lancés à des échelles différentes. Le portage politique correspond à un processus de construction territoriale instrumentée, qui descend jusqu'à l'habitant, de type *top-down*. Mais en même temps, un autre processus, en sens inverse, doit être pris en compte, de type *bottom-up*, dont les habitants sont les acteurs, par leurs modes de vie et par leurs représentations. Les deux processus concernent des parties d'espaces qui se superposent, dans l'idéal se soutiennent, mais le plus souvent les échelles géographique et temporelle sont différentes.

Le territoire – un construit bidimensionnel



© M.AXENTE, 2011

Les activités humaines désignent des territoires dans la mesure où elles projettent sur l'espace des représentations individuelles ou collectives et que des phénomènes d'appropriation et d'identification avec ces découpages se réalisent. Le tourisme, dans sa vision systémique (Knafou et Stock, 2002, p.931) agit sur la population local et sur le territoire. En mettant en lumière les points forts d'un territoire, le tourisme contribue à construire ou à reconstruire de façon plus objective « l'identité » d'un territoire. (Hazebroucq, 2009, p.19) Sous une autre perspective, le tourisme se retrouve engagé par le pouvoir local dans des stratégies qui le dépassent. Sa fonction n'est pas recherchée pour elle-même, mais pour attendre une finalité autre. (Violier, 2009, p.35) Des géographes, mais aussi des chercheurs appartenant à d'autres disciplines (Cousin, 2002) se sont intéressés au processus d'instrumentalisation du tourisme par l'acteur politique dans sa volonté d'imposer un territoire aux touristes ou d'essayer

d'alimenter le sentiment d'appropriation d'un territoire par la population locale et la construction identitaire.

IV. Pourquoi le tourisme dans l'Estuaire de la Seine ?

L'Estuaire de la Seine a des sites touristiques reconnus, mais pas encore une dimension touristique

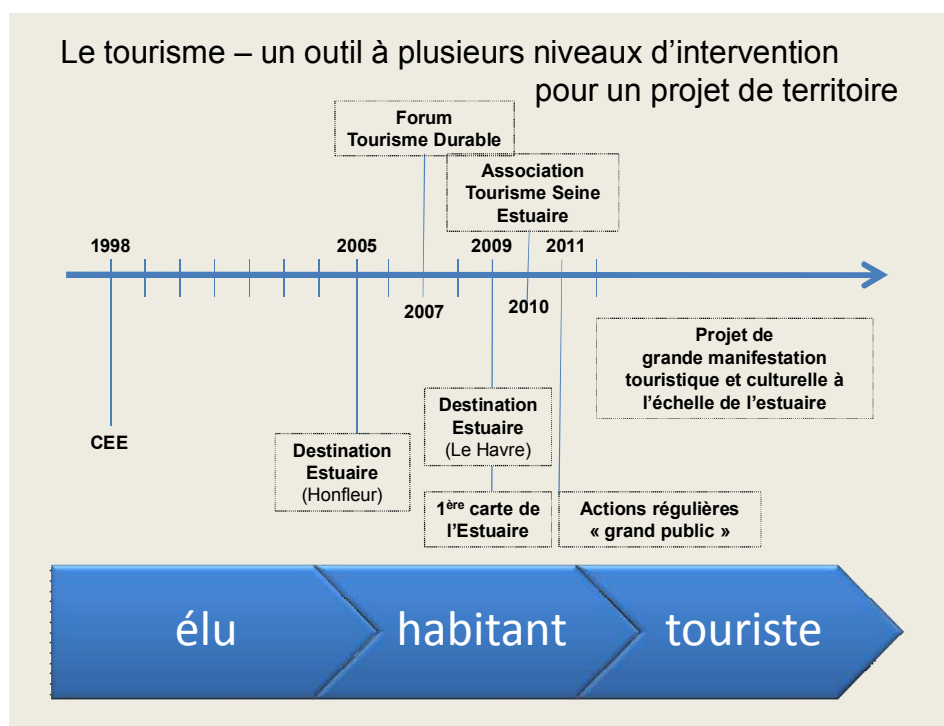
Le tourisme ne représente pas une dimension qui caractérise l'échelle de l'Estuaire de la Seine. Les représentations qui reviennent le plus souvent rappellent « l'eau », « la Seine », « les industries », « les bateaux », « les ports », « les ponts »⁷¹. Quand on pense à l'estuaire de la Seine, et aux estuaires en général, on n'évoque pas spontanément le tourisme. Cependant, le tourisme représente une activité importante dans cet espace, surtout sur la rive gauche. Il y a des lieux à fort fréquentation touristique comme Deauville-Trouville, Honfleur, Etretat. La liste peut continuer avec des villes qui ont développé une dimension touristique comme Fécamp, Pont-Audemer, Pont l'Evêque, Cormeilles, Caudebec en Caux ou le Havre. Mais « le tourisme de l'estuaire de la Seine » reste un concept abstrait pour la plupart de gens, à la différence de l'industrie, de l'activité portuaire ou des espaces sensibles.

En 1998, lors de la première réunion du Comité des Elus de l'Estuaire, le tourisme ne représente pas du tout une priorité. D'autres sujets sont à l'ordre du jour : la D.T.A. et les travaux du Port 2000, le développement économique équilibré des deux rives de la Seine...Malgré cela, la réflexion autour du tourisme dans l'Estuaire de la Seine perdure depuis 13 ans. C'est la première qui a abouti à des actions concrètes et à la création d'une structure porteuse formelle, à l'échelle du territoire politique. Les actions grand public restent très timides durant les 12 premières années, mais on parle de tourisme comme d'un grand projet lancé à l'échelle estuarienne et le sujet occupe souvent une place importante à l'ordre du jour des réunions des élus.

Pourquoi la réflexion sur le tourisme a bénéficié d'une telle grande continuité, même sans être une priorité pour ce territoire informel, même sans aboutir à des actions concrètes ? Le terrain de nos recherches nous a permis de formuler deux hypothèses : à la fois son instrumentalisation par le pouvoir politique pour s'adresser à la population locale et alimenter l'appropriation du territoire estuarien, mais également une hypothèse complémentaire

⁷¹ Données sorties de l'enquête réalisée en 2010 auprès des habitants de l'espace estuarien (755 personnes interrogées) sur leurs représentations et pratiques en termes de territoire de l'estuaire de la Seine et tourisme dans cet espace.

concernant son instrumentalisation par l’outil technique auprès du pouvoir politique. Le tourisme a été d’abord instrumentalisé par les acteurs techniques qui assuraient l’animation du CEE avec le principal objectif de trouver un sujet qui convienne autour de la table politique. Moins polémique et dans l’intérêt de tous, le tourisme a joué un rôle « diplomatique » dans la création d’une identité politique estuarienne, avant toute autre identité territoriale. L’avancement du projet a assuré une continuité, un fil conducteur, la flamme de cette entité informelle qui était le CEE et a montré aux élus qu’il était possible de travailler ensemble à une échelle qui dépasse l’échelle communale qu’ils représentent. Le tourisme a joué un rôle dans le processus de construction territoriale auprès de l’acteur politique (secondairement auprès de structures techniques de tourisme), avant même qu’il agisse sur la population locale ou encore sur des touristes.



© M.AXENTE, 2011

V. Cadre particulier de recherche et approche méthodologique

Les travaux de recherche se sont déroulés dans un cadre particulier, celui d’une convention CIFRE⁷² en collaboration avec l’AURH durant la période 2008-2011. Le contrat de recherche

⁷² Les CIFRE (Convention industrielle de formation par la recherche) est un dispositif mis en place par le Ministère de la Recherche et confié à l’ANRT (Association nationale pour la recherche technique) depuis 1981. Son objectif est de favoriser le développement de la recherche partenariale publique-privée et de placer les doctorants dans des conditions d’emploi. Il repose sur l’association de quatre acteurs : le doctorant, le laboratoire de recherche, l’entreprise et l’ANRT. Depuis 2005, le ministère a décidé d’ouvrir la procédure CIFRE à des structures non industrielles, sous le nom de CIFRE CRAPS : Convention de Recherche pour l’Action Publique et

reposait sur une réflexion concernant le rôle du tourisme dans la construction territoriale de l'Estuaire de la Seine, lancé sous la forme d'un projet dans le cadre des travaux du CEE. Les missions théoriques d'observation, d'analyse et de réflexion du chercheur ont glissé rapidement vers une position active dans le cadre de l'agence. Le portage direct du dossier « Tourisme (durable) dans l'Estuaire de la Seine » est devenu une priorité sur la fiche de poste du chercheur, considéré comme un employé à temps plein.

Nous n'avons pas comme objectif d'analyser le statut et les difficultés du doctorant CIFRE dans les sciences humaines, mais le cadre du déroulement de la recherche a été primordial dans la construction de la problématique et le choix de la méthodologie.

Etant donné la spécificité de la recherche, ainsi que les contraintes d'ordre temporel qui ont marqué le déroulement de la thèse, nous avons privilégié une méthodologie de type qualitatif. Pour la compréhension du rapport du tourisme avec le pouvoir politique nous avons du faire appel à des méthodes plus spécifiques à l'anthropologie, à l'ethnologie ou à la sociologie.

Trois corpus complémentaires ont été exploités: l'étude des archives du CEE, l'observation participative au sein de l'AURH aux travaux concernant le tourisme et le CEE et un corpus qui regroupe les entretiens avec les acteurs politiques et techniques, ainsi que les discours politiques officiels. Si le choix de l'étude des archives et des entretiens nous a paru naturellement nécessaire, le choix de l'observation participative a été déterminé par le statut d'employée à temps plein, en qualité de chargée d'études. Avec le recul du temps, nous considérons que cette méthode a apporté ses fruits, mais des considérations concernant le subjectivisme des données méritent d'être prises en compte.

Des méthodes plus spécifiques à la géographie (analyse des cartes mentales) ont été mobilisées pour l'analyse du rapport de l'habitant à l'espace estuarien.

Sociétale. Peuvent désormais bénéficier du dispositif CIFRE : Collectivités Territoriales, Associations à vocation sociale, ONG, Etablissements consulaires : Chambres de Commerce et d'Industrie, d'Agriculture, des Métiers...C'est grâce à cette ouverture du dispositif que l'Agence d'Urbanisme du Havre et de l'Estuaire de la Seine ayant un statut d'Association loi 1901 a pu bénéficier pour la première fois dans son histoire d'un financement CIFRE. Normalement, les travaux de recherche du doctorant, conduits en accord avec son directeur de thèse et le tuteur qui fait partie de l'entreprise, doivent constituer la priorité de cette convention. Le doctorant doit travailler 100% sur son projet de recherche, indifféremment s'il passe son temps dans le cadre de l'entreprise ou dans son laboratoire de recherche. Si dans le monde de la recherche qui concerne autres que les sciences humaines, le dispositif fonctionne relativement bien, dans les structures publiques ou parapubliques, il arrive souvent que le doctorant soit associé, avec des petites exceptions, à un employé à temps plein.

L'étude des archives du Comité des Elus de l'Estuaire

Afin de comprendre comment le CEE s'est constitué, dans quel contexte, le rôle des acteurs impliqués, les enjeux de ce groupe politique, mais également les enjeux des techniciens impliqués dans le dossier et l'émergence de la réflexion sur le tourisme à l'échelle de l'estuaire nous avons rassemblé et analysé un corpus de documents retrouvés dans les archives de l'AURH. Ce corpus couvre la période 1998 – 2007, depuis la création du CEE et jusqu'au début de nos recherches dans le cadre de l'Agence. Nous avons étudié les comptes rendus des réunions, les documents préparatoires aux réunions, les courriers d'invitation ou d'échange sur des différentes questions et les documents de travail. Egalement, nous avons pris en compte les études réalisées dans le cadre du même dossier, comme par exemple « le rapport Andrieu » réalisée en 2006 en vue d'une éventuelle structuration du CEE ou l'étude sur l'analyse des établissements touristiques labélisés de l'Estuaire de la Seine par rapport aux critères du tourisme durable. Pour faciliter l'analyse et avoir une meilleure visibilité, nous avons construit un outil de travail simple, sous la forme d'un tableau qui regroupe en ordre chronologique les documents consultés. Au-delà des informations sur la date, le lieu ou le numéro d'enregistrement du document, nous avons créé des rubriques consacrées à l'auteur du document, les sujets et les axes de travail abordés, le tourisme, la structuration du CEE et une rubrique supplémentaire qui correspondait à des observations qui ne pouvaient pas être encadrées ailleurs et qui auraient pu nous servir plus tard, dans une approche synthétique de l'ensemble du corpus. Souvent, avant que nous puissions synthétiser l'information et la noter dans le tableau récapitulatif, nous avons fait appel aussi à des fiches supplémentaires d'analyse, ouverte sur chaque document. La majorité des documents ont été produits par l'AURH et seulement au début, en collaboration avec les services de la ville du Havre. L'implication de l'agence comme outil de réflexion et de proposition est visible dès que nous regardons la méthode de travail. Chaque réunion supposait un document préparatoire réalisé en amont et envoyé aux participants, chaque compte rendu était présenté d'une manière travaillée, réinterprétée et sous une forme synthétique et il était souvent accompagné d'un relevé de conclusions. Cette cyclicité méthodologique permettait de bien exploiter les débats de chaque réunion pour mieux anticiper la réunion suivante, elle aussi bien préparée en amont. L'articulation entre l'acteur technique et l'acteur politique est très évidente et le rôle de l'Agence est plus qu'importante dans l'avancement du dossier. La différence frappante par rapport au peu de réunions qui ne sont pas animées par l'Agence fait encore plus remarquer le rôle de celle-ci.

Ce premier corpus nous a permis de retracer l'histoire du CEE et l'évolution de ses réflexions, mais de constater aussi le rôle de l'Agence dans l'avancement du dossier et dans le soutien de la réflexion sur le tourisme dans l'Estuaire. Dans l'analyse faite, les raisonnements de type « aller-retour » entre un temps passé et un présent auquel le chercheur y était pleinement impliqué ont été inévitables, ce qui a facilité la compréhension.

L'observation participative au portage du dossier « Tourisme (durable⁷³) dans l'Estuaire de la Seine »

L'observation participative, affirmée comme méthode à la fin des années 1930, plus spécifique à la sociologie et reprises par l'ethnologie et l'anthropologie, nous a permis de saisir une multitude de subtilités, difficilement observables autrement. En participant au même titre que les acteurs, le chercheur a un accès privilégié à des informations inaccessibles au moyen d'autres méthodes empiriques. Le chercheur observe les acteurs sociaux d'une collectivité dont il est lui-même membre et les mécanismes difficilement décriptables pour quiconque demeure en situation d'extériorité. Le point faible de cette méthode est le risque de manquer de recul et de perdre en objectivité.

Le paradoxe par rapport à nos travaux de recherche est que cette méthode s'est imposée, vue le double statut du chercheur, elle n'étant pas un choix initial de celui-ci. On l'aurait choisi si les circonstances étaient différentes ? Cependant, elle nous a apporté un riche corpus de données, très important pour la compréhension de l'ensemble du phénomène étudié et la construction de nos hypothèses.

Durant la période 2008 – 2010 nous avons porté le dossier « Tourisme (durable) dans l'Estuaire de la Seine » en qualité de chargée d'études. Aussi souvent que possible nous avons expliqué à nos interlocuteurs que notre mission au sein de l'Agence était de faire une thèse en géographie. Dans la plupart des cas, nos travaux de recherche étaient considérés comme une activité qui se déroulait en parallèle et très rapidement nous étions regardés par le prisme du statut professionnel. Notre « entrée » dans le groupe de travail a été faite par l'intermédiaire de la personne qui portait à l'époque le dossier. Nous avons bénéficié d'un statut hybride de

⁷³ Nous mettons le mot « durable » entre parenthèse parce que son utilisation dans le cadre du dossier « Tourisme » a été temporaire. Au début de nos recherches, la dimension durable occupait une position importante dans la démarche touristique. Cependant, à partir de 2010, le CEE a considéré plus indiqué de la faire inscrire comme « une dimension transversale » du projet et qui devrait se retrouver dans les actions mises en œuvre. Etant donné le travail qui reste encore à faire concernant le tourisme durable dans l'estuaire, c'était mieux que le mot ne soit plus présent dans le titre du projet. Nous avons considéré nécessaire de le garder dans les travaux qui concernent le travail de recherche, parce que ce balancement entre « tourisme tout simplement » et « tourisme durable » constitue un axe de notre réflexion.

chercheur/professionnel durant une courte période, mais une fois que l'autre personne s'est éclipsée du portage du dossier, l'assimilation avec le statut professionnel a été totale. Nous sommes passés d'une observation participante périphérique à une observation participante complète. Dans ces circonstances, la question du rapport entre la participation et la distancions s'impose et la rigueur scientifique n'est pas évidente. Nous avons essayé chaque fois de regarder la problématique de thèse, pour éviter un éloignement de l'objectif principal. Cependant, la question concernant le degré d'influence dans l'avancement du projet et la recherche d'une réponse qui convienne dans tous les cas ne sont pas possibles.

L'avantage de cette immersion dans le milieu professionnel a été de pouvoir observer le processus de construction territoriale, la conduite effective du dossier, la connaissance fine du monde des professionnels du tourisme. Cette situation nous a permis de saisir la difficulté des offices de tourisme avec qui nous travaillions, partagés entre la vision estuarienne et la vision locale de leurs élus qui parlaient à la fois d'un partage, d'une connaissance et d'une mise en commun des atouts touristiques et en même temps d'une mise en valeur du propre territoire. Nous avons participé au montage de la deuxième opération touristique grand public, l'agence ayant le rôle d'assurer le lien entre toutes les structures techniques de tourisme concernées. C'est à cette occasion que nous avons pu observer la difficulté de « fondre » une offre touristique localisée dans un espace commun. La possibilité de participer à des comités de pilotage, aux réunions du CEE, aux réunions de réflexions de l'agence sur l'avancement du projet de territoire, mais aussi la concertation avec les techniciens qui nous ont fait connaître leurs visions, ainsi que leurs mécontentements et quelques fois leur incompréhension face à des actions qui émanaient « de haut », représentent des angles différents qui ont pu être explorés et qui ont enrichi notre réflexion scientifique.

Les entretiens

Les entretiens sémi-directifs ont été passés en début 2011. En 2010, nous avons quitté la fonction de chargée d'études et après une absence de six mois, nous sommes revenus pour interroger une dizaine d'élus.

Le cadre des entretiens portait sur trois axes de questionnement : le CEE, le territoire de l'Estuaire et le tourisme. Quel sens donnent les acteurs politiques au CEE ? Comment parlent-ils de leurs enjeux territoriaux vis-à-vis d'un grand territoire estuarien ? Quel valeur accordent-ils au tourisme ? Est-ce qu'ils mettent le tourisme en rapport avec le territoire estuarien ou tout simplement avec l'estuaire ? Est-ce qu'ils lui accordent une grande

importance ?

L'ancien statut de chargée d'études nous a facilités dans la plupart de cas la prise des rendez-vous, à l'exception des situations durant lesquelles il nous a fallu bien préciser qu'il ne s'agissait pas d'une démarche lancée par l'AURH avec des implications de point de vue politique.

Une difficulté de cette méthode a été dans la collecte de l'information, avec une implication minimale du chercheur. De plus, l'expérience de chargée d'études au sein de l'AURH incitait les élus à passer rapidement sur les moments auxquels nous avons participé ou sur des sujets que nous étions censés bien connaître (« mais vous connaissez tout ça mieux que moi, je ne reviendrai plus... »). En conséquence, ils considéraient qu'il n'était pas nécessaire de s'y arrêter ou ils les traitaient de manière lapidaire.

La deuxième difficulté a été l'exploitation du corpus obtenu. Comment exploiter objectivement ce qui nous met en contact avec une subjectivité ? (Raymond, 1968, p.167) Nous avons choisi d'exploiter ce corpus à la fois par une analyse du contenu, de manière empirique, à partir d'une segmentation du discours en fonction du sujet abordé (tourisme, territoire, CEE, identité, axe Seine) suivi d'une interprétation et d'une mise en corrélation avec d'autres informations, et ultérieurement par une analyse statistique plus approfondie avec l'aide du logiciel ALCEST⁷⁴.

VI. Conclusion

L'analyse du processus de construction territoriale s'avère compliquée. Elle suppose la prise en compte de multiples plans d'action et d'une diversité d'acteurs. Le tourisme peut devenir un outil pour assurer la continuité d'une réflexion politique en même temps qu'un moyen pour le pouvoir politique de s'affirmer et de se forger une légitimité à une échelle territoriale informelle. Chaque travail de recherche a une histoire et sa construction méthodologique est unique. Pour saisir la complexité rencontrée sur le terrain, le chercheur a besoin de dépasser les outils méthodologiques spécifiques à une seule discipline. Le degré de subjectivisme reste variable en fonction des personnes, de la méthode employée, et du contexte, d'où l'intérêt de faire appel à plusieurs outils. Même si l'utilisation de multiples approches méthodologiques

⁷⁴ ALCESTE (Reinert, 2002) est un logiciel d'analyse statistique de données textuelles, développé par Max Reinert, pour le dépouillement et l'analyse de contenu de textes libres. Il propose une méthodologie automatique « clef en main », qui vise à faire émerger l'organisation morpho-lexicale d'un corpus en fonction des caractérisations externes faites de celui-ci. (Bonneau J., *Outils d'aide à l'exploitation d'entretiens semi-directifs : étude de l'interaction entre intervieweur et interviewés sur un corpus ethnoécologique*, JADT 2008 : 9es Journées internationales d'Analyse statistique des Données Textuelles, 2008, p.219-231)

interdisciplinaires (qui nous amène à une maîtrise relative) pourrait être critiquée, elle devient nécessaire pour couvrir les hiatus de compréhension qui auraient pu apparaître autrement, et pour renforcer l'objectivité de la recherche.

Bibliographie

BRUNET Roger, *Le territoire dans les turbulences*, Paris, Reclus, 1991.

BACHIMON Philippe, DERIOZ Pierre, ARCUSET Laurent, « *Construction politique et communication au service du tourisme : deux logiques distinctes et pas toujours articulées de l'affirmation d'identités locales* », in Pré-actes de la 6^e Rencontres de Mâcon, « Tourisme et territoires », 13,14 et 15 septembre 2007.

COUSIN Saskia, *L'identité au miroir du tourisme. Usages et enjeux des politiques de tourisme culturel*, Thèse de doctorat en anthropologie sociale et ethnologie, Ecole des hautes études en sciences sociales, 2002.

GUERIN J.P. et GUMUCHIAN H (sous la responsabilité de), *Les Représentations en Actes*, Colloque de Lescheraines, Institut de Géographie Alpine, Grenoble, 1985, 325 p.

HAZEBROUCQ Jean-Marie, « *De l'espace touristique à la « destination touristique ». Un « territoire » qui se projette* », in LEMASSON Jean-Pierre et VIOLIER Philippe (sous dir.), *Destinations et Territoires. Coprésence à l'œuvre*, Vol.1, Editions Théoros, 2009, p.7-25.

KNAFOU R. et STOCK M., « *Tourisme* », in LEVY J. et LUSSAULT M. (dirs.) *Dictionnaire de géographie et des sciences de l'espace et du social*, Paris, Belin 2002.

LAMIZET Bernard, *Le langage politique*, Ellipses Editions Marketing S.A., 2011.

LECOQUIERRE Bruno, *L'estuaire de la Seine. Espace et territoire*, Publications des Universités de Rouen et du Havre, 1998.

LEGOY J., « *Passé et futur. L'histoire du franchissement de l'Estuaire* », in CORBELET R., *Au dessus de l'Estuaire de la Seine...le prestigieux Pont de Normandie...entre le Havre et Honfleur*, Editions Bertout « la Mémoire Normandie », 1996, p.17.

LEMASSON Jean-Pierre et VIOLIER Philippe (sous dir.), *Destinations et Territoires*, Vol.1 et 2, Editions Théoros, 2009.

LIOTARD M., 1992, « *L'avant et l'après...et si on en parlait ?* », in DE LA PORTE G. (dir.), *Le Havre. Volonté et Modernité*, Editions Galerne, p.153.

PLATT, J., « *The Development of the « Participant Observation » Method in Sociology: Origin Myth and History* » in *Journal of the History of the Behavioral Sciences*, 19, 1983, p.379-393.

RAYMOND H., « *Analyse de contenu et entretien non directif: application au symbolisme de l'habitat* », in *Revue française de sociologie*, IX, 1968, p.167-179.

SNAPPER D., *La compréhension sociologique : Démarche de l'analyse typologique*, Paris, Quadrige, 2005 [1999].

SOULE B., « *Observation participante ou participation observante? Usages et justifications de la notion de participation observante en sciences sociales* » in *Recherches qualitatives*, vol. 27(1), 2007, p.127 – 140,

<http://www.recherche-qualitative.qc.ca/numero27%281%29/soule.pdf>

TESSON Frédéric, « *Emergences territoriales et nouveau rapport du politique à l'espace* » publié dans *Bulletin de l'Association des Géographes Français*, [Vol. 81, N° 2, 2004](#), p.230-241.

VANIER Martin, « *La petite fabrique de territoires en Rhône-Alpes : acteurs, mythes et pratiques* », in Revue de Géographie de Lyon, « Les nouvelles mailles du pouvoir local », vol.70, n°2-95,

VIOLIER Philippe, *Tourisme est développement local*, Editions Belin, 2008.

VIOLIER Philippe, « *Proposition pour un modèle d'analyse de la dynamique des lieux touristiques* », in LEMASSON Jean-Pierre et VIOLIER Philippe (sous dir.), *Destinations et Territoires*, Vol.1, Editions Théoros, 2009, p.26-37.

3.2. La dispute et la réciprocité dans la construction de territoires touristiques et environnementaux.

Dispute and Reciprocity in the Construction of Touristic and Environmental Territories

Helena Catão Henriques Ferreira

Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro

Helena Catão Henriques Ferreira est docteur en Sciences Sociales à l'Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro - CPDA/UFRRJ. Professeur du Département de Tourisme de l'Universidade Federal Fluminense-UFF dans le domaine de Tourisme et Culture. Recherches dans le secteur anthropologique du tourisme et de l'anthropologie environnementale avec concentration sur les thèmes suivants : patrimoine, territoire, politique environnementale, relation entre la nature et la société. Coordinatrice du Laboratório de Turismo e Antropologia - LATA, lié au Núcleo de Estudos Socioculturais do Turismo-ESCU.

Résumé

La préservation des lieux considérés comme environnementalement pertinents fait apparaître un nouvel ordre dans les relations sociales locales et stimule le développement du tourisme. Ce travail a pour but une réflexion sur la diversité territoriale par rapport à un espace physique déterminé en évaluant les processus politiques et sociaux établis à partir de la création de zones de conservation de la nature et du tourisme qui y est associé.

Mots clés : Tourisme, environnement, participation locale, pouvoir

Abstract

The preservation of places considered environmentally pertinent brings about a new order in local social relations and stimulates the development of tourism. This work aims to develop a reflection on territorial diversity as it relates to a determined physical space, evaluating the political and social policies established with the creation of nature conservation areas and the tourism associated with them.

Key words : Tourism, environment, local participation, power

I. Introduction

La conservation des lieux considérés comme environnementalement pertinents fait apparaître, "de nouvelles relations d'interdépendance," qui peuvent être interprétées comme un nouvel arrangement dans les relations sociales locales stimulant aussi le développement du tourisme. Dans ce processus a lieu une "requalification du territoire," comme lieu de gestion de l'environnement (Mormont, 1996) et du tourisme.

Le territoire, vu comme une saisie de l'espace par un déterminé groupe social (Raffestin, 1986), se multiplie et donne lieu à de nouveaux territoires qui se conforment dans la mesure où les nouveaux groupes sociaux entrant sur scène se disputent entre eux pour l'hégémonie sur l'espace, le droit de s'en servir et de le légitimer conformément à leurs propres exigences. Toutefois, ces territoires s'interpénètrent et se reconfigurent mutuellement, en s'hybridant à partir des demandes contemporaines (Canclini, 2006)

Mormont (1996) affirme qu'une localité est une construction sociale en constante reformulation et que l'écologie apporte la base de nouvelles relations qui s'organisent en combinant l'enracinement et la mobilité. L'auteur signale encore l'aspect paradoxal de la question environnementale qui est divisée entre la rigidité de ce que la science remarque du risque environnemental et la douceur utopique de la proximité avec la nature.

Ce travail est basé sur une thèse de doctorat soutenue en 2010 à l'*Instituto de Ciências Humanas e Sociais da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro - UFRRJ*. La thèse est issue d'une étude ethnographique (effectuée entre 2007 et 2010) sur les conseils qui s'occupent des lieux environnementaux légalement protégés à Ilha Grande, dans l'état de Rio de Janeiro au Brésil. Dans ces forums il y a en jeu différents concepts et projets ayant rapport avec le tourisme et l'environnement qui soulignent des conflits sociaux et anciens et récents, ainsi qu'une recherche d'un établissement de camps de négociation politique.

Territoires, patrimoines, conflits :

La notion de territoire proposée dans ce travail se distingue de celle de l'espace. La base du territoire est certes l'espace, mais ces deux termes ne devraient pas être confondus dans la mesure où le territoire est le résultat d'actions sociales. En s'appropriant un espace, que ce soit d'une manière concrète ou abstraite (par exemple, par la représentation), l'acteur le territorialise (Raffestin, 1986). L'espace géographique pensé, transformé en représentation, devient un territoire constitué par ses propres codes et frontières (Barel, 1986). Donc, il

implique une reconfiguration de l'espace en étant marqué par des relations de pouvoir. Pour la population locale, le territoire reporte à un sentiment d'appartenance et à une notion de lieu, à leurs pratiques quotidiennes, à la lutte pour la survie, à l'affection, que l'on soit originaire du local ou non. C'est "l'espace informé" où adviennent les pratiques et les relations sociales du territoire.

L'espace qui est écologiquement qualifié se transforme en lieu où s'installe une confrontation entre les usages locaux qui peuvent être liés à la tradition de la culture ou même à des intérêts économiques localisés et/ou encore à des intérêts exogènes, universels ou mondiaux. Cette superposition de qualifications et d'intérêts produit des camps particuliers d'interdépendance, et ainsi met en question la compatibilité de ces différents usages de l'espace (Mormont, 1996).

L'installation des zones protégées à Ilha Grande, connues au Brésil comme des "unités de conservation de la nature", que moi, je dénomme des territoires "*da preservação*" ("de la préservation"), fut réalisée par une initiative du pouvoir public et légitimé par la science et par une association de ces organismes en conjonction avec l'environnementalisme non-gouvernemental. Tous ces acteurs locaux forment des camps qui se disputent pour affermir leurs visions et leurs pouvoirs.

Les zones protégées sont définies par une attribution de valeurs et de règles différenciées à un espace déterminé. Ce processus aboutit à une négation du territoire de la population indigène, puisque beaucoup de leurs coutumes culturelles traditionnelles seront interdites par la loi. L'établissement de réserves représente pour ces habitants une forme de déterritorialisation, suivie d'une re-territorialisation, une territorialisation complètement reconfigurée, en tant que les gens touchés par ces changements essaient de s'y adapter et de s'y conformer. À Ilha Grande, dans la mesure où les régions agricoles furent transformées en "terres de préservation," les autochtones étaient obligés de cesser de planter, de cueillir des plantes et de chasser des animaux de la forêt. D'une autre part, en même temps l'activité touristique a commencé à se développer, un phénomène qui a délimité un territoire propre qui s'articule avec le territoire de préservation, de façon complémentaire et souvent contradictoire. Pendant que la préservation de la nature est importante pour l'intérêt touristique dans la région, les pratiques associées au tourisme finissent par compromettre la possibilité de maintenir la préservation de la nature, puisqu'il arrive une transformation des espaces locaux et dans les relations sociales.

Ilha Grande est un territoire considéré d'avoir une nature exubérante dont on devrait profiter, d'après les uns, ou qui est à préserver à tout prix, selon les autres. Bien souvent, ces deux

points de vue sont associés et confondus. C'est pour cela que dès les années 1970, il y a eu simultanément une croissance des intérêts immobiliers et touristiques de la région et un processus "d'environnementalisation" (Leite Lopes, 2004) par lequel toutes questions locales commencèrent à être vues en relation au thème "environnemental." La confrontation entre les principales factions (l'autochtone, la préservation, et le tourisme) redéfinit chacun des groupes en question, en incorporant certains éléments des uns aux autres. Le camp "des communautés" se trouve transformé par ses relations avec ceux de la "préservation" et du "tourisme." En compensation, le tourisme à Ilha Grande a ses particularités une fois qu'il s'agit d'un territoire de la "protection de la nature." En même temps, la conservation ne peut oublier le tourisme qui change constamment des temporalités et les espaces. Outre les changements physiques, il y a aussi une incorporation de valeurs que Bourdieu décrit comme "l'histoire incorporée" (2002).

La constitution de ces territoires entraîne aussi l'idée du patrimoine. Les éléments dont les territoires se composent – en ce qui concerne l'appartenance – deviennent l'objet de politiques de protection et sont désormais vus comme "patrimoines" qui sont eux aussi, diversifiés, et alimentent les disputes et les négociations pour l'hégémonie de classifications et de droits.

La valorisation du passé, de la mémoire et des traditions, de la culture et de la nature, est un phénomène étroitement identifié à la mondialisation contemporaine qui menace ces valeurs traditionnelles et qui force un processus d'hybridation culturelle de plus en plus rapide et expansive (Canclini, 2006). Par conséquent, de nombreuses études et projets reconstruisent la mémoire du passé et élaborent des inventaires afin de rendre le patrimoine d'autant plus abordable et attrayante à un public nostalgique qui le réclament.

À côté de ce que l'on appelle la "déstruction des patrimoines," par la priorisation d'intérêts économiques, de nombreuses politiques publiques surgissent destinées à le protéger. En plus, on y constate une expansion d'investissements en provenance du secteur privé configurant une nouvelle attribution de sens au patrimoine naturel et culturel, au-delà des valeurs scientifiques, documentaires, symboliques et affectifs: la valeur du marché, mise en action, surtout par le tourisme. À partir de la conception anthropologique de culture, le patrimoine culturel comprend l'idée de nature, d'après la culture où elle a été conçue. Il est donc possible de considérer que le camp de la préservation du "patrimoine culturel" chevauche aussi le camp de la "conservation de la nature". Dans ce sens, on remarque l'apparition de "paysages d'histoire" (Arantes, 2004), un terme qui se réfère aux populations et aux territoires

dont le paysage naturel ou le patrimoine culturel sont identifiés comme distinctifs et destinés à la préservation, et peuvent être transformés aussi en ressources pour le développement de produits commerciaux. Ainsi, des localités et des groupes sociaux s'étendent à des sphères qui dépassent les bornes locales ou régionales, en pénétrant dans l'économie et dans la culture mondiale, voire mondialisée, comme c'est le cas du tourisme, de l'industrie culturelle et des communications. En outre, beaucoup plus qu'une simple notion symbolique, l'idée du patrimoine sert à l'action. C'est en effet sur cette idée que se créent des lois, des décrets et des politiques de protection et de préservation, et sont également ouverts des processus pour la revendication des droits de propriété et de la possession de terres (Gonçalves, 2003). Il est donc possible de parler d'une "tension constitutive" dans la faction du patrimoine entre "le particulier et l'universel, entre le privé et le public" (Abreu, 2003, p.30).

Les politiques sur la préservation du patrimoine, qu'elles soient universelles, mondiales ou de l'humanité comme par exemple les unités de conservation de la nature, entrent en conflit avec d'autres logiques patrimoniales, notamment celles des communautés autochtones qui utilisent ces espaces à leur manière et à leur propres fins et considèrent comme héritage de leurs aïeux ce que l'on vise à préserver afin d'assurer la survie de la culture locale. Pour certains, le patrimoine n'est pas tout simplement quelque chose qui leur appartient, c'est aussi quelque chose à laquelle l'individu appartient. Un enjeu très important dans ce débat est de savoir qui a le pouvoir de définir ce qui doit être préservé et comment réaliser ce but. Les mécanismes de la préservation choisissent les biens conformément à l'importance accordée aux valeurs hégémoniques. À Ilha Grande, ce pouvoir est, en principe, monopolisé par l'État, à travers des organismes environnementaux. Toutefois, le marché touristique dispute cette hégémonie. Ces conflits sont présents dans les débats entravés dans les conseils des "unités de conservation".

Le tourisme à Ilha Grande

Ilha Grande est aujourd'hui un camp privilégié pour réfléchir aux implications du développement touristique, dans la mesure où cette activité devint l'enjeu prédominant sur la scène locale, dès le début des années 1970, s'intensifiant spécialement après l'extinction en 1994 de l'Instituto Penal Cândido Mendes (une prison construite sur l'île à la fin du XIXe siècle). La production du tourisme local est fortement liée à la production symbolique d'une nature préservée et en même temps, à l'idée de risque et de danger. Ces dernières se réfèrent à la dégradation croissante de la nature, due largement en partie au flux continu de touristes

et aux dangers qui se manifestent à cause des caractéristiques géologiques de la région définissant certaines zones de l'île comme des "territoires de risque." En janvier 2010, lorsqu'une tempête torrentielle a provoqué d'importants dégâts dans la région, de nombreuses structures comme des maisons et un hôtel huppé (construits sur des roches au bord de la mer dans une zone dorénavant interdite par la législation) ont été enterrés par des glissements de terrain des collines les entourant. L'occupation constructive des lieux considérés comme géologiquement instables devient un fait habituel dans une région où la valorisation de la terre est en fonction de l'accès au paysage. Les risques restent invisibles jusqu'à ce qu'il y ait un accident.

La demande touristique de la région était toujours associée à la beauté des paysages encadrés par le contraste entre la Forêt Atlantique et la mer. De nos jours, le tourisme mobilise un grand nombre de personnes en ce qui concerne la production et la consommation: touristes, ouvriers et entrepreneurs. Le flux d'immigrants dont l'intérêt est d'investir dans le tourisme ne cessent de croître. Les traditions et la vie du passé des autochtones de l'île, les "Caiçaras", les histoires de la prison et des corsaires qui fréquentaient la région autrefois, etc., servent à enrichir le folklore local et leur symbolisme sert à vendre des produits aux visiteurs.

Cette territorialisation est aussi liée à la consommation à la fois symbolique et concrète de la nature, dans une réflexivité complexe. Dans cette dynamique naît symboliquement un paysage exubérant en même temps que se bâtit d'une façon plus concrète une localité composée et recomposée d'édifices et de "marques" du tourisme qui surgissent à chaque jour.

Pendant que ces organismes environnementaux et d'autres protagonistes s'intéressant à la conservation de la nature s'imposent la tâche de freiner, normaliser et ordonner le tourisme local, ils contribuent aussi pour attirer plus de visiteurs à la région. De la même façon dont "l'environnementalisme" collabore décidément avec la construction du "regard du touriste" (Urry, 2001), le tourisme aide à conformer le "regard touristique" des environmentalistes. Les relations sociales de la région – entre parents, voisins, etc. – finissent par être presque tout à fait traversées par le tourisme. Beaucoup de natifs s'intègrent dans cette nouvelle logique de manière subalterne, en travaillant pour des salaires piteux en occupant des emplois peu spécialisés, bien qu'il y en ait quelques-uns qui réussissent à fonder leurs propres entreprises malgré le fait que leur succès soit minimal comparé à celui des entrepreneurs "de l'extérieur".

Le tourisme crée aussi un flux intense de "va-et-vient" donc des scénarios et des personnages

changent rapidement en accord avec ces mouvements et provoquent constamment de nouvelles occurrences. Ces mouvements engendrent des sociabilités éphémères, quelques-unes d'entre elles réglées par la mobilité intense, et encore d'autres qui créent des conditions de permanence. Le regard urbain sur l'île construit symboliquement une image idéalisée de nature préservée et à préserver. Cette représentation s'introduit dans les actions et les politiques environnementales et stimule tant l'imagination des touristes que celles des environnementalistes et des agents de pouvoir public. Ainsi on façonne des produits touristiques, des projets de conservation environnementale et le désir de réaliser un "tourisme soutenable" à satisfaire les divers intérêts.

Différentes localités sur l'île furent interpellées pour faire construire de gigantesques complexes touristiques interdits plus tard pourtant par la législation environnementale. Parallèlement, le nombre de petits hôtels ne cessent de croître. Le manque d'organisation de ce processus a contribué à de grands changements non seulement dans le paysage mais aussi dans les conditions environnementales telles qu'elles touchent à la vie de la population locale. Malgré l'accroissement intense du secteur touristique, le pouvoir public n'arriva pas à fournir un projet d'infrastructure adéquat pour desservir toute l'île. C'est pour cela qu'il surgit une contradiction entre l'activité touristique et la conservation environnementale proposée par la zone en question. Le paysage et les ressources naturelles, une fois transformés en objets de consommation, ne sont conservés intacts que dans l'imaginaire, principalement par les agents de tourisme qui continuent à présenter Ilha Grande comme *locus* de la "nature indemne."

Participation sociale et réorganisation du territoire touristique

La "participation populaire" se transforme en exigence légale dans la plus grande variété de secteurs de la société brésilienne, et les dispositifs fondamentaux de cette institutionnalisation sont établis dans la plus récente constitution fédérale du Brésil (1988) et par rapport aux zones protégées, dans la loi du *Sistema Nacional de Unidades de Conservação* (SNUC).

La politique de conservation de la nature au Brésil se développa initialement durant le régime de la dictature militaire (1964-1985), imprimant dans ses actions l'autoritarisme que caractérisait la société brésilienne de cette époque-là. Ceux qui sont actuellement responsables pour ces politiques ont hérité un passif social issu des pratiques de ceux qui les précédèrent, en agissant dans une société qui exige une nouvelle direction qui corresponde davantage au paradigme démocratique. Les demandes qui surgissent de la "participation

populaire” pour exécuter cette politique marque l’heure actuelle, en apportant bien entendu une plus grande complexité à tout ce processus.

Par contre, la logique autoritaire n’est pas enseveli. L’histoire incorporée, qui devient *habitus* oppose une résistance sourde et dissimulée aux changements (Bourdieu, 2002). En concordant à de nouvelles formes de gérer l’environnement, les difficultés héritées du passé se reproduisent au présent. Les organismes gouvernementaux ont encore du mal à partager leurs décisions avec la population. L’intégration de la “participation” dans les politiques publiques de la protection de la nature à un niveau national impose la création de conseils, ainsi nommée la “gestion participative”. Ceci est un processus qui se passe nationalement, pourtant ces instances sont construites à partir de caractéristiques propres aux locaux de leur création.

Des logiques différenciées sont impliquées dans la pratique de la participation locale et dans la compréhension de ce que cela signifie. Au sein des organismes publics et d’autres institutions locales, des groupes se forment ayant souvent des opinions conflictuelles.

De tous les enjeux traités dans les forums, le tourisme est l’un des plus importants. L’idée qui l’emporte, c’est que dans sa forme actuelle, le tourisme n’est plus viable. Et une des fonctions que ces forums participatifs s’attribuent, c’est d’être un moyen d’effectuer des changements nécessaires. Dans ce sens, ils auront la responsabilité, en collaboration avec l’organisme administrateur des unités de conservation de gérer le tourisme local.

Dans le sens de promouvoir cette régulation et cette ordonnance, un outil des forums est de produire des instruments pour mieux planifier l’utilisation et l’occupation du sol et des espaces, ce qui se présente par conséquent comme production de nouveaux territoires. Avec l’intention d’ordonner l’espace pour qu’il réussisse à ces objectifs, ces instruments finissent par imprimer et imposer des visions du monde et des règles, en dénommant et classifiant les espaces et en établissant des frontières concrètes et symboliques. Produire une représentation de l’espace est déjà une appropriation, une entreprise, un contrôle, donc, même si ceci éternalise nos limites du savoir (Raffestin, 1993). Arantes (2004) nous rappelle que la culture a tant le pouvoir de séparer et d’éloigner que de joindre et de rapprocher ainsi que de construire des passages en même temps qu’elle définit des frontières, selon les règles de chaque groupe social et, j’ajoute, entre les territoires.

De toute manière, il devient important de réfléchir à la dynamique des différents territoires construits durant ces périodes de mobilités et d’expansions variées et de la mondialisation en

plusieurs dimensions (Hannerz, 1997). On remarque que ces flux, par le point de vue temporel, sont perpétuellement recréés à force d'être en constant mouvement. Ainsi, on apprend et comprend que la culture est un processus par lequel les sens et les formes significatives peuvent devenir durables (Hannerz, 1997), exactement à cause de ce mouvement constant. Dans les conseils et dans les autres forums, l'idée est qu'à travers le débat et la "participation" on occasionne un échange culturel qui peut être exprimé par le "consensus", ce qui n'arrive pas d'une manière idéalisée.

Les opérations de création d'unités de conservation, d'administration des territoires créés, l'implantation de législation environnementale, la division des territoires en zones, et l'élaboration de projets des genres les plus variés pour Ilha Grande peuvent être comprises comme des "inventions" de cartes diverses qui reconfigurent les espaces de différentes manières, en délimitant à maintes reprises les relations de pouvoir et la diversité d'appropriations. Toutefois, les territoires se définissent par de nombreuses facettes et de nombreux aspects, en surmontant de manière provisoire ou stable. Les difficultés affrontées lors de ces processus et des relations socio-spatiales sont ainsi constituées par les sentiments d'appartenance et par les notions d'identité, qui sont, de façon hétérogène, ancrés dans les contradictions sociales et dans la diversité culturelle.

Diverses initiatives mises en œuvre pour reconfigurer la cartographie ont cherché à inclure les populations locales dans ces processus de production qui se présentent comme les "cartographies participatives". Ce genre de cartographie reconnaît la manière indigène de comprendre l'espace et l'encadre dans des modèles plus conventionnels de connaissance (Herlihy e Knapp, 2003 *apud* Acselrad, 2008). Ces projets de cartographie communautaires se servent des connaissances des populations locales pour accumuler des données sur l'exploitation de la terre et des frontières. Des technologies diverses sont utilisées dans ces constructions où se mélangent des décisions provenant des communautés régionales et de sources externes.

Canclini, qui parle des processus culturels contemporains, démonte la polarisation entre les pouvoirs hégémoniques et subalternes, comme s'il s'agit d'ensembles qui sont totalement différents et toujours confrontés (Canclini, 2006). Les paradigmes classiques ne sont capables de prendre en considération ni la multipolarité des initiatives sociales, ni la pluralité des références provenant de divers territoires.

À Ilha Grande, les exigences de la participation mettent en marche un réseau de contacts. Les territoires hybrides, qu'ils soient grands ou petits, temporaires ou permanents, visibles ou

invisibles sont en construction.

Le tourisme actuel de l'île est reconnu en grande partie comme un "tourisme de masse," où se concentre aux mêmes endroits à des moments déterminés un nombre excessif de personnes, spécifiquement, dans ce cas, en été.

On en dit long sur l'éventuel établissement d'un contrôle qui se fasse "l'étude sur la capacité de charge", toutefois quasiment nul ne sait exactement ce que c'est mais plusieurs sont certains d'être la solution aux problèmes. Le plus grand défi est de limiter l'arrivée des gens, non seulement des touristes mais principalement ceux qui viennent à la recherche de travail ou d'investissement. Cette question a déjà été abordée plusieurs fois dans les innombrables réunions organisées pour "sauver l'île." Une des plus grandes difficultés que l'on retrouve lorsque l'on cherche à dissuader la croissance tant de la population que de l'activité touristique, c'est que ceci contrarie divers groupes locaux au pouvoir dont l'intérêt est de laisser cette croissance sans que l'on y impose trop de limites.

Articulée par tant de groupes sociaux, la notion de développement durable s'exprime dans diverses factions qui la comprennent de manières très différentes et parfois contradictoires. Pendant que certains réclament la restriction du nombre de visiteurs au maximum en considérant la sustentation des processus de maintien et de reproduction biologique, ou même dans les possibilités de conserver les cultures locales, d'autres croient que la sustentation économique devrait être la priorité.

II. Conclusion:

Si l'institution des "territoires environnementaux" à Ilha Grande a réussi partiellement à maîtriser l'expansion du tourisme local, en empêchant l'urbanisation de tous les espaces, il est important de noter que ces mesures ont provoqué une "déterritorialisation" pour les populations natives, dificultant la continuation et la survie de leur culture et leurs traditions et rompant aussi la dynamique de réciprocité fondée sur l'entraide et la gestion collective des ressources naturelles. L'activité touristique a été la principale alternative face à cette situation, toutefois, elle est traversée par des asymétries de pouvoir qui privilégient les acteurs extérieurs qui investissent de manière plus accentuée dans le marché touristique.

Dans les forums ceci se manifeste dans la mesure où une participation adéquatement représentative de toutes les populations locales devient difficile pour de nombreuses raisons, notamment parce qu'il est difficile de s'absenter du travail pour y participer ou bien à cause

du simple manque de transport en commun pour s'y rendre. Il y a aussi des problèmes de compréhension de la logique des forums et de l'intégration dans l'activité touristique par rapport à la manière dont elle est proposée qui restreint encore davantage l'influence des communautés participantes.

Une des tâches principales des forums est d'établir des règles pour l'utilisation des espaces et de proposer de nouvelles interprétations et appréhensions, en interdisant certaines pratiques et en en valorisant d'autres. Toutes ces opérations peuvent être comprises comme des "inventions" de cartographies variées, organisant les espaces de manières différentes.

L'influence des participants dans les processus organisationnels du tourisme se révèle limitée. Si dans la formation de plans et de lois pendant ces réunions a tendance à restreindre l'occupation des zones pour ériger d'importants équipements touristiques, d'une autre part, il y a une grande difficulté à limiter l'immigration continuelle de ceux qui s'installent à Ilha Grande pour entreprendre de moins importants projets commerciaux.

On peut dire qu'il y a eu des progrès concernant la constitution des conseils. Pourtant, il est nécessaire de questionner jusqu'à quel point ceci a entamé une plus grande participation de tous les acteurs intéressés à ce processus. La plupart des décisions des organismes environnementaux sont encore marquées par une logique qui refuse d'affronter d'une manière plus profonde et efficace les enjeux sociaux de la conservation de la nature. Il y a en même temps les intérêts du secteur privé agissant avec une certaine liberté dans la privatisation des espaces publics et dans l'hégémonie de l'utilisation des espaces. Principalement, ceux qui sont les plus touchés par ces pratiques sont les populations les plus pauvres qui ont peu d'autonomie et donc beaucoup de difficulté à s'exprimer sur ces questions, malgré tout un discours qui s'articule en leur nom, supposément dans leur intérêt et pour leur bénéfice.

Malgré les difficultés que les différentes factions ont pour arriver à un accord, un phénomène dû en grande partie à des questions historiques de longue date, des tentatives d'entamer des dialogues continuent, et dans une certaine mesure, annoncent à plusieurs reprises un temps nouveau dans les relations.

La base de cette démocratisation et de cette participation implique la notion d'autonomisation. L'idée de participation figure dans des domaines de discours similaires, mais avec des significations différentes (démocratiques et néo-libérales), dénommés par Dagnino (2004) la "confluence perverse." Pareillement, la notion d'autonomisation fut appropriée comme légitimation de pratiques bien diverses, pas nécessairement celles qui

permettent la prise en charge que les gens réclament mais pour garantir la continuité des pratiques dominantes par la transférence des responsabilités de l'État au peuple. Dans ce sens, la prise en charge des droits par le peuple est imprégnée d'un caractère de bénédiction, mais que dans l'opinion des auteurs, "n'est pas quelque chose que l'on peut faire pour autrui" (Romano, 2002, p.12). Selon eux, il est seulement possible d'admettre cette notion dans un contexte où l'on aborde la question du pouvoir.

Ainsi en résumant, on a deux côtés polarisants: l'un qui voit le pouvoir comme une capacité de contrôler quelque chose sur quelqu'un, comme une "force sur" quelqu'un; et l'autre conception serait l'idée du pouvoir conçue par Foucault, c'est-à-dire un pouvoir "relationnel" constitué dans un réseau de relations sociales. Dans la deuxième conception, on constate l'idée d'un "processus par lequel les personnes, les organismes et les communautés assument le contrôle de leurs propres problèmes et de leurs propres vies..." (Romano, 2002, p.17). Il s'agirait donc d'un processus relationnel et conflictuel, puisqu'il y a toujours un lien entre les acteurs cherchant un changement dans les relations actuelles des pouvoirs existants. Pour réaliser ceci, il faudrait une collaboration pour construire des réseaux sociaux et des organismes populaires dans le domaine de la société civile.

Les forums participatifs d'Ilha Grande sont liés à des réseaux sociaux et de la région et de l'extérieur. L'analyse d'un réseau à partir des relations sociales qui s'y établit est, selon Guerrero (1996), intéressante puisqu'elle permet qu'on comprenne les réseaux de pouvoir, dans le sens de Foucault, qui sont en jeu dans ce contexte-là.

Les conseils, formés institutionnellement, s'amplifient à travers des réseaux atteignant des envergures non-institutionnalisées en recevant des contributions des contacts faits sur l'Internet. Un cercle limité pourtant comprenant une grande diversité de participants (représentants du pouvoir public, de petits entrepreneurs, des associations locales, des universités, des organismes non gouvernementaux, etc.) en est responsable puisque la plupart des acteurs n'assistent aux réunions les plus importantes mais se tiennent au courant de tout par courriel. Dans la constitution de ce petit noyau on constate un "sens de communauté" attribué par Bauman (2003), où des objectifs en commun crée un sens d'appartenance à un groupe. Ainsi, ce que j'ai nommé un "noyau dur des conseils" (Ferreira, 2010) pourrait être également dénommé un "ensemble" qui s'organise comme une "communauté morale". Les "communautés morales" (Bailey, 1970) se conduisent par des perceptions, des valeurs et des catégories en commun, par des codes, des signaux, et des pratiques communicatives, c'est-à-dire, par une intelligibilité mutuelle. Dans le cas de situations conflictuelles plus marquées,

se déclenchent des mécanismes d'agglutination des réseaux qui élargissent les ensembles. Ainsi, l'échange de savoirs peut se produire d'une façon plus efficace pour la formation de contre-hégémonies ponctuelles et d'accès à des micro-pouvoirs, comme chez Foucault.

Saburin (2010) signale que les valeurs affectives et les éthiques gérés par les rapports de partage correspondent à un sentiment d'appartenance et de confiance, et que l'action collective dépend de la promotion du dialogue que des opportunités d'apprendissage représentent. Dans ce sens un nouveau processus de réciprocité naît, une capacité collective de gestion des ressources ayant sa base dans le dialogue.

Bien que tous les processus décrits signalent une complexité qui est plus grande qu'elle le paraît dans les discours qui défendent la prolifération des espaces publics participatifs, il faut reconnaître l'importance de gérer la communication entre tous les acteurs impliqués. Dans la construction des échanges culturels, des accords provisoires et des contre-hégémonies on proportionne des logiques et des perspectives subalternes. Dans ce cas, on s'aperçoit que, contrairement à une grande modification dans les corrélations des forces y existant, ce qui se présente comme possible, ce sont des changements localisés, réalisés à travers la construction des lois, par la mobilisation de l'opinion publique pour empêcher des projets qui menacent l'espace et les territoires.

Dans ces disputes ce qui semble possible est l'opportunité d'accéder à des micro-pouvoirs pour construire un processus de changement négocié et pour réinventer la réciprocité.

Bibliographie

ABREU, Regina. “A emergência do patrimônio genético e a nova configuração do campo do patrimônio”. In ABREU, Regina. e CHAGAS, Mário. (orgs.). *Memória e patrimônio: ensaios contemporâneos*. Rio de Janeiro: DP & A editora, 2003.

ACSELRAD, Henri. *Cartografias sociais e território*. Rio de Janeiro: IPPUR/UFRJ, 2008.

ARANTES, A. “O patrimônio imaterial e a sustentabilidade de sua salvaguarda”. *Revista Resgate*, Unicamp, São Paulo, 2004.

BAILEY, F.G. *Gifts and Poison. The Politics of Reputation*. Nova York: Schocken Books, 1971.

BAREL, Yves – “Le social et ses territoires”, In: Auriac, F & Brunet, R., *Espaces, jeux et enjeux*, S.L. Fondation Diderot/ Fayard, 1986

BAUMAN, Zygmund. *Comunidade: a busca por segurança no mundo atual*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

BOURDIEU, Pierre. *O poder simbólico*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002

CANCLINI, Nestor. *Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade*. São Paulo: Editora Universidade de São Paulo, 2006.

DAGNINO, Evelina. “Sociedade civil, participação e cidadania: de que estamos falando?” In:

MATO, D. (coord.). *Políticas de ciudadanía y sociedad civil en tiempos de globalización*. Caracas: FACES, Universidad Central de Venezuela, 2004.

GONÇALVES, J.R. “O patrimônio como categoria de pensamento”. In *Memória e Patrimônio: ensaios contemporâneos*. Rio de Janeiro: DP&A editora, 2003.

FERREIRA, Helena C. H., *A dinâmica da participação na construção de territórios sociais e do patrimônio ambiental da Ilha Grande-RJ*, Tese de doutorado, CPDA/UFRRJ, Rio de Janeiro, 2010.

GUERRERO, M.D.M.G., “La rede social como elemento clave del desarrollo local”, In: *Colóquio Hispano-Português de Estudos Rurais*, Lisboa, 1995.

HANNERZ, U. “Fluxos, fronteiras, híbridos” – Palavras-chave da antropologia transnacional. In: *Mana 3/1*. Rio de Janeiro: PPGAS/UFRJ e Contra Capa, 1997.

LEITE LOPES, J.S. et al. *A ambientalização dos conflitos sociais*. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2004.

MORMONT, Marc. “L’environnement entre localité et globalité” in: *Mobilités et ancrages*, L’Harmattan, Paris, 1996

RAFFESTIN, C. “Écogénese territoriale et territorialité”. In: AURIAC, F. & BRUNET, R.

Espaces, jeux et enjeux. Paris: S.L. Fondation Diderot/Fayard, 1986.

_____. “O que é território?” In: *Por uma geografia do poder*. São Paulo: Ed. Ática, 1993.

ROMANO, Jorge. “Empoderamento: recuperando a questão do poder no combate à pobreza”. In: ROMANO, J. & ANTUNES, M. *Empoderamento e direitos no combate à pobreza*. Rio de Janeiro: ActionAid, 2002.

SABOURIN, Eric. “Manejo dos Recursos Comuns e Reciprocidade: os aportes de Elinor Ostrom ao debate” In *Revista Sustentabilidade em Debate*, (<http://seer.bce.unb.br/index.php/sust/article/view/1689/1311>).

URRY, J. *O olhar do turista, lazer e viagens nas sociedades contemporâneas*. São Paulo: Studio Nobel/SESC, 2001.

3.3. La problématique territoriale dans les politiques locales de développement touristique : le cas de la métropole parisienne.

Sylvie JOLLY

Université de Paris 1 Panthéon-Sorbonne

Titulaire d'un DESS en Développement local et d'un Master en Aménagement touristique des territoires, Sylvie JOLLY (Sylvie.Jolly@malix.univ-paris1.fr) a travaillé dix ans dans le secteur du tourisme. D'abord à la direction du Musée de la Vigne en Champagne, puis en tant que chargée de projet marketing à l'Office de Tourisme de Reims. L'auteur met aujourd'hui à profit son expérience de terrain dans le cadre d'une thèse de doctorat, ayant comme thème de recherche les questions relatives aux liens entre tourisme et gouvernance métropolitaine.

Résumé

Objet de politique de développement local, le tourisme pose la question de la coopération entre collectivités territoriales à l'échelle d'espaces touristiques fonctionnels. Nous interrogeons ici la gouvernance des espaces touristiques métropolitains à travers le cas de Paris. Sur la base de travaux empiriques en cours, nous explorons dans quelles mesures le tourisme impact la recomposition des territoires politiques.

Mots clés : tourisme, territoire, Paris, métropole, gouvernance

Abstract

As a local development policy object, tourism asks the way that local public bodies co-operate at the scale of tourism functional areas. This paper examines the Paris metropolis tourism area's governance. Our current studies seek how tourism can impact the evolution of political territories.

Key words: tourism, territory, Paris, metropolis, governance

Enjeu économique et social, enjeu culturel et de développement, le tourisme constitue un enjeu politique à tous les échelons territoriaux. Malgré l'importance du secteur touristique sur le plan économique, le tourisme a souffert pendant longtemps en France – et souffre encore – d'un manque de considération de la part des responsables politiques, exception faite de quelques élus fervents défenseurs de « ce géant méconnu qui demeure un nain politique et administratif » (Martinetti, 2011,35). Pourtant, avec plus de 3 000 offices de tourisme et syndicats d'initiatives, 96 comités départementaux de tourisme et 26 comités régionaux de tourisme, force est de constater que les collectivités territoriales démontrent un certain intérêt pour ce secteur. En effet, le tourisme représente un véritable enjeu de pouvoir pour les élus locaux. Tout d'abord en tant qu'outil de développement économique. Ici, l' élu cherche à générer des retombées économiques sur son territoire et à satisfaire les prestataires touristiques locaux, contribuant indirectement par l'impôt aux deniers publics dépensés dans le secteur. Le tourisme est aussi un *marqueur territorial* quand il est un moyen pour l' élu de communiquer sur sa collectivité afin de lui octroyer une visibilité, générant ainsi une véritable *fabrique des territoires touristiques*⁷⁵. En effet, les nombreuses campagnes de communication menées ces dernières années par les collectivités territoriales et Etablissements Publics de Coopération Intercommunale faisant la promotion de leurs territoires administratifs érigés en *destinations touristiques*, se sont traduites par un « corpus dénominatif foisonnant » (Rieucou, 2004) de territoires, dans la majeure partie des cas illisibles pour les touristes. Ces enjeux spatiaux, électoraux et donc de pouvoir, expliquent en partie la difficulté qu'ont les différentes collectivités territoriales à coopérer entre elles en matière touristique. Or, les pratiques spatiales des touristes participent à la production de territorialités définies comme des espaces constitués par un ensemble de lieux touristiques, plus ou moins distants géographiquement, et connectés les uns aux autres par ces flux de visiteurs. Dans la plupart des cas, ces espaces touristiques dits « fonctionnels » englobent plusieurs territoires dits « administratifs », c'est-à-dire au sens politique du terme, qui rentrent en interdépendance sur un plan touristique. Le tourisme pose ici la question des échelles et de l'espace pertinent dans les choix stratégiques de coopération territoriale des acteurs publics locaux à l'échelle de territoires de « projet » et la façon dont ces derniers appréhendent les pratiques spatiales des touristes, notamment dans les espaces métropolisés. Nous posons comme hypothèse que le tourisme, dans un contexte de métropolisation, participe à la recomposition des territoires administratifs et impulse de

⁷⁵ Nous faisons ici référence à la formule employée par Philippe Estèbe « La « fabrique des territoires » apparaît comme le sport favori des élus locaux et nationaux, des savants comme des experts », en préambule de l'ouvrage de Martin Vanier, *Le pouvoir des territoires. Essai sur l'interterritorialité*, Economica, 2008, 160 p.

nouvelles formes de gouvernance. A partir de nos travaux de terrain en cours sur le cas de Paris, métropole touristique mondiale, nous tenterons d'apporter quelques éléments de réflexion, voire de positionnement. Dans une première partie, nous aborderons le débat relatif à l'évolution de l'organisation du tourisme francilien puis nous rappellerons le contexte de réforme dans lequel il s'inscrit. Dans une seconde partie, nous exposerons les caractéristiques du modèle touristique parisien avant de poser la question de la gouvernance du Paris touristique.

I. Le « mille-feuille touristique » en pleine turbulence

La mise en débat de l'organisation territoriale du tourisme en Île-de-France

La structure administrative du tourisme en France fonctionne sur la base d'une multitude d'acteurs et de territoires puisque chaque niveau de collectivité territoriale (région, département, commune et intercommunalité si elle en a reçu délégation) s'est vu attribuer la compétence tourisme. Chacune de ces collectivités a la possibilité de créer un organisme local de tourisme (OLT) chargé de mettre en œuvre la politique touristique définie par les élus. Ces OLT, qui dans bien des cas s'ajoutent aux services touristiques des collectivités territoriales, se trouvent sous la dépendance financière de leur collectivité de tutelle et se doivent par conséquent de respecter les limites administratives de leur territoire. L'organisation territoriale du tourisme en région Île-de-France n'échappe pas à ce schéma puisqu'on y dénombre un comité régional de tourisme (CRT), 8 comités départementaux de tourisme (soit un CDT par département) et 130 offices de tourisme et syndicats d'initiatives⁷⁶, auxquels s'ajoutent de nombreux services d'information touristique privés, comme nous pouvons l'observer sur la carte relative au réseau d'accueil touristique de l'Île-de-France. Ainsi, au sein de l'espace touristique parisien, de nombreuses structures coexistent, voire se superposent, et disposent de compétences qui se chevauchent. Ce « mille-feuille touristique » (Boulin, 2011) recouvre une dimension multiscalaire du pouvoir au sein de laquelle les élus locaux peinent à trouver des modes de coopération interterritoriale qui nécessitent de leur part un courage politique pour dépasser les intérêts publics locaux. Cet état de fait constitue un véritable frein au développement touristique des territoires et de nombreux techniciens du tourisme en appellent à une nécessaire évolution de la gouvernance et de la culture des élus vers des dynamiques de mutualisation et de réseau (Boulin, 2011). Concernant la région parisienne, le processus de métropolisation en cours a amené certains acteurs à se poser la question de l'évolution de

⁷⁶ Source : réseau national des offices de tourisme et syndicats d'initiative - www.tourisme.fr

l'organisation territoriale du tourisme et du système de gouvernance à mettre en place à l'échelle de l'espace touristique métropolisé. La Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris, dans un rapport de 2010 intitulé *Le tourisme, une filière stratégique pour l'économie francilienne*, déplore l'absence d'une plate-forme permanente de concertation et appelle à *une véritable gouvernance métropolitaine* fédérant l'ensemble des structures impliquées dans le tourisme en Île-de-France. Le débat sur la gouvernance de la métropole touristique parisienne fut lancé officiellement dans le cadre des réunions territoriales de concertation pour le projet de Schéma régional de tourisme et des loisirs 2011/2016 du CRT d'Île-de-France. Ce dernier s'appuie largement sur l'argument métropolitain pour s'imposer en tant que chef de file du tourisme parisien et francilien, considérant que la zone régionale constitue l'échelon pertinent à même de faire face à la concurrence des autres destinations. Dans son projet de Schéma régional, l'institution entend *réformer la gouvernance institutionnelle du tourisme* en jouant *un rôle fédérateur de toutes les énergies afin d'amplifier les dynamiques à l'œuvre*, arguant que la diversité et la richesse de l'offre touristique du territoire francilien est à même de renforcer l'image du centre métropolitain, tout en bénéficiant de son attractivité. La démarche s'avère ambitieuse avec l'annonce, lors des réunions territoriales de concertation, de la création éventuelle d'une agence régionale dont le rôle serait de renforcer la concertation et le travail en commun et d'impulser une nouvelle forme de coordination entre les différents acteurs du tourisme francilien. Certains OLT, notamment départementaux et présents lors des débats, s'interrogent sur la légitimité de la région à organiser les compétences à travers cette agence dont la création n'avait pas été abordée en concertation préalable. La question relative à l'articulation des projets du CRT Paris Île-de-France avec le travail mené par l'Office de Tourisme et des Congrès de Paris reste posée et aucune réflexion commune ne semble avoir véritablement eu lieu entre les deux organismes qui s'affrontent plutôt que de coopérer. Cette situation de dualité est à recontextualiser dans l'environnement politique dont dépendent chacune de ces structures. La ville de Paris recouvre des enjeux de pouvoirs forts et a évolué dans un contexte qui ne favorisait pas jusqu'à aujourd'hui la coopération politique pour des raisons physiques, historiques et politiques (Ronai, 2004). Si l'actuelle municipalité s'est ouverte à la coopération avec les intercommunalités environnantes avec la création du syndicat mixte d'études « Paris Métropole » pour peser face au projet du Grand Paris orchestré par l'Etat⁷⁷, la Région, pourtant du même bord politique, cherche à freiner l'émergence de ce processus craignant de perdre certaines de ses compétences stratégiques au

⁷⁷ Cette démarche étant qualifiée par le parti de gauche d'opportunisme avec comme objectif, pour la droite, de reprendre le contrôle sur Paris et, à terme, le Conseil Régional.

profit de cet « acteur puissant au cœur d'agglomération » (Desjardins, 2010,44).

Le mouvement de réformes des institutions touristiques

Le mouvement de réformes qui touche actuellement les institutions du tourisme en France est révélateur du fait que le tourisme participe à la recomposition des territoires d'intervention en matière de politique de développement local et de la nécessité imposée aux collectivités territoriales de prendre en compte les territorialités des touristes dans leurs stratégies de développement touristique et, plus largement, de développement économique. Ces réformes traduisent également la véritable préoccupation des institutionnels locaux du tourisme quant à cette problématique territoriale à laquelle le législateur tente d'apporter des solutions. Il s'agit d'une part de la réforme des collectivités territoriales en cours qui a consacré (définitivement ?) le caractère interterritorial du tourisme en lui octroyant le statut particulier de compétence partagée. En effet, le tourisme, considéré au plus haut niveau de l'Etat comme une des « compétences utilement partagées » qu'il faut préserver⁷⁸, demeurera comme telle par l'ensemble des échelons territoriaux⁷⁹. Cette exception faite au tourisme, dont bénéficient également la culture et le sport, a été introduite par le vote en faveur de deux amendements soutenant que seule une compétence partagée permettrait de respecter la diversité des situations des territoires en matière de développement touristique. L'autre réforme renvoie aux récentes évolutions juridiques concernant les offices de tourisme. Aussi, afin de permettre aux Etablissements Publics de Coopération Intercommunale de travailler à l'échelle de territoires toujours plus larges, la loi modifiée du 14 avril 2006, codifiée aux articles L 133-1 et suivants du Code du Tourisme, autorise désormais plusieurs groupements de communes à créer un « office de tourisme intercommunautaire ». Ce nouvel outil vient s'ajouter aux deux précédents, à savoir l'office de tourisme communal et l'office de tourisme intercommunal (ou communautaire). Comme pour l'office de tourisme communautaire, l'office de tourisme intercommunautaire peut s'organiser autour de bureaux déconcentrés correspondant aux anciens offices de tourisme communaux ou syndicats d'initiatives. L'intérêt étant de confier les missions stratégiques à l'échelon supérieur. Enfin, l'arrêté ministériel du 12 novembre 2010 fixant les nouveaux critères de classement des offices de tourisme, dans le cadre de la réforme de classement mise en place par le décret du 23 décembre 2009 et portant application de la loi du 22 juillet 2009 de développement et de modernisation des services touristiques, spécifie une zone géographique d'intervention pour chacune des trois nouvelles catégories

⁷⁸ Discours du Président Nicolas Sarkozy sur la réforme des collectivités territoriales, prononcé le 20 octobre 2009 à Saint-Dizier.

⁷⁹ Article 35 de la loi n°2010-1563 de réforme des collectivités territoriales

d'office de tourisme, remplaçant ainsi l'ancien classement par étoile. A la catégorie III, correspondent des OT travaillant « à une échelle principalement locale ». Les OT de la catégorie II interviennent « dans une zone géographique représentative d'un bassin de consommation touristique homogène et cohérent ». La catégorie I, la plus importante correspondant aux anciennes structures classées 4 étoiles, fait référence à l'OT se devant de « développer l'économie touristique dans sa zone géographique d'intervention laquelle supporte un flux touristique naturel important de provenance nationale et internationale ». Toutefois, pour les géographes qui s'intéressent à la question intercommunale et interterritoriale (et, on peut le regretter, pas suffisamment au prisme du tourisme), la solution n'est pas tant dans la recherche de l'échelle pertinente que dans celle de « l'organisation des échelles et de leur contenu » (Richer, 2008).

II. La place du contexte métropolitain dans l'espace touristique parisien

Un espace multi-échelles

L'espace touristique de Paris, métropole mondiale, se caractérise par un système polycentrique hiérarchisé autour de Paris *intra-muros*. Les travaux portant sur la modélisation de l'espace touristique parisien et développés principalement par Jean-Pierre Lozato-Giotart (Lozato-Giotart, 1990, 2008) et, plus récemment, par Philippe Duhamel et Rémy Knafou (Duhamel, Knafou, 2006) le démontrent bien et dénombrent trois à quatre niveaux de fréquentation des touristes. Le premier auteur décrit le modèle parisien comme un modèle à « multipolarité centralisée » structuré autour de plusieurs pôles de façon auréolaire. Il qualifie encore cet ensemble de « région touristique à polarité urbaine centralisée ». Le pôle central correspond à Paris-ville où se concentre la majeure partie des flux de touristes, ainsi que les satellites de proximité situés dans un rayon de 35 km. Autour de ce pôle central se trouvent des pôles touristiques « proches » qu'il qualifie également de « satellites régionaux » et se situant dans un rayon plus large porté à 100 km. Au-delà de cette distance, correspondent des pôles touristiques lointains dits « de grande proximité » compris dans une « zone extra-régionale ». De manière quasi similaire les seconds auteurs, tout en intégrant dans la réflexion le processus de métropolisation de la capitale, recensent trois à quatre niveaux de fréquentation des touristes. Le « *Central Tourist District* » correspond à « l'espace des pratiques touristiques affirmées, qui cumule lieux de visite, de déambulation, d'achat, de restauration et, pour partie de résidence » et pratiqués par les touristes à pied. Cet espace est suivi de deux autres : l'espace « péri-central » c'est-à-dire « l'espace parisien accessible par le métro », et l'espace métropolitain correspondant « au reste de l'espace francilien accessible

par le RER ». Le quatrième et dernier niveau correspond à celui de « l'espace péri-métropolitain » et comprend « les autres lieux, français ou étrangers accessibles à partir des gares et aéroports parisiennes, le plus souvent pour la journée ». Ce dernier espace qui correspond à la « zone extra-régionale » de Lozato-Giotart mais qui, à la différence, n'y inclus pas de lieux touristiques étrangers, peut s'avérer être très large. Il englobe divers lieux touristiques fonctionnant de façon autonome, c'est-à-dire en tant que destination touristique à part entière, et plus ou moins dépendants de la capitale pour ce qui est de la clientèle étrangère, plus particulièrement en provenance des pays lointains. Ce rayonnement des touristes à partir du cœur métropolitain s'avère particulièrement profitable au développement économique de ces territoires connectés en termes de flux touristiques, en ce sens que ce vivier de clientèle touristique supplémentaire représente la plupart du temps un tourisme à fort pouvoir d'achat. Ce phénomène de diffusion des touristes à partir du centre métropolitain au sein d'un territoire élargi, voire dans certains cas vers des territoires distants géographiquement et donc en situation de discontinuité territoriale par rapport à l'espace des touristes, se trouve être l'une des traductions possibles du phénomène de *percolation* ou de « diffusion de la métropolisation au plus profond des territoires » (Cattan, 2011). Toutefois, cette dimension touristique métropolitaine, voire « supra-métropolitaine » (Jolly, 2010), s'avère être un cadre difficile à la mise en place de coopération entre acteurs publics du développement touristique. Elle constitue en effet un espace touristique élargi et donc englobe plusieurs territoires administratifs auxquels correspond une multitude d'acteurs. Si l'échelle locale, c'est-à-dire l'espace communal, « demeure le principal maillon territorial de toute activité et de tout projet touristique » (Lozato-Giotart, 2008, 38), la mise en réseau à l'échelle régionale, voire au-delà, peut s'avérer fondamentale. En effet, par le jeu de l'emboîtement des échelles, la « cohésion des forces, la cohérence des politiques, permettent (...) d'augmenter le volume du « gâteau » indifférencié à se partager car, du côté de la demande également, le tout est supérieur à la somme des parties quand la tentation s'accroît avec la multiplicité des choix » (Clary, 1993, 74).

Quelle gouvernance pour le Paris touristique ?

Cette dilatation des espaces touristiques au sein de Paris et de sa région implique par conséquent une nécessaire redéfinition des territoires de projet, du moins une collaboration entre les institutionnels du tourisme localisés dans cet espace. Comme nous l'avons exposé plus haut, cette coopération s'avère difficile à mettre en œuvre mais le débat est lancé. Dans ce cadre, deux acteurs puissants s'affrontent : le CRT Paris Île-de-France et l'Office de

Tourisme et des Congrès de Paris (OTCP). Ce dernier est aujourd'hui celui qui semble le plus au fait de la dynamique de métropolisation. A l'origine l'*Office de Tourisme de Paris*, devenu depuis l'*Office du Tourisme et des Congrès de Paris*, avait pour mission de renseigner les touristes sur l'offre de l'ensemble du territoire français, voire de certaines destinations européennes. L'analyse des archives dont dispose l'OTCP créé en 1971⁸⁰ montre que la structure, en collaboration avec le *Comité régional de Tourisme de la région parisienne* devenu depuis le *Comité régional de tourisme (CRT) Paris Île-de-France*, promotionnait le territoire régional. Cela se traduisait par l'édition et la diffusion de cartes et guides touristiques de « Paris et de la région parisienne » jusqu'en 1976, puis de « Paris Île-de-France » jusqu'en 1978 (avec une réédition en 1986). Si à partir de 1980 l'OTCP diffuse de l'information recentrée sur la ville de Paris, la structure a toujours conservé cette culture de l'ouverture en informant les touristes sur l'offre touristique française, et plus particulièrement francilienne. Aussi, un tiers de ses adhérents actuels, tous franciliens en l'occurrence, sont *extra-parisiens*. Régulièrement, l'OTCP répond à des demandes des touristes concernant des zones extra-régionales, nationales, voire européennes. Comme le démontre la carte précédemment évoquée, il est relié sur le terrain par un grand nombre de structures d'accueil touristique, toutes dans une dynamique de *territoires en réseau*. Pour autant, une complémentarité entre le CRT, structure plus stratégique, et l'OTCP, structure plus opérationnelle, n'est pas à exclure. Et il n'est pas impossible que le projet du Grand Paris tranche la question, même si le tourisme reste absent des débats autour du Grand Paris (Gérardot, 2009). Entre petite et grande couronne, le périmètre qui sera retenu impactera la gouvernance du Paris touristique. La question de l'hébergement, en saturation dans le Paris *intra muros* et en plein développement dans la région Île-de-France pèsera également lourd dans la balance tant elle est déterminante pour le développement futur du tourisme à Paris. Paris ne peut plus envisager l'avenir de son tourisme sans sa région si elle veut développer et diversifier son offre touristique. La région, qui reste sous l'influence de l'attractivité touristique de sa capitale, a besoin d'elle pour se développer touristiquement. Reste à voire dans quelles mesures cette interdépendance aura raison des batailles politiques.

⁸⁰ L'Office de Tourisme de Paris est créé en tant qu'association loi 1901 suite à la réorganisation territoriale de la région parisienne décidée en 1964 avec la création du Département de Paris du au démantèlement du Département de la Seine et de son Comité de tourisme de Paris qui chapeautait le Syndicat d'initiative et le Comité de coordination des fêtes de Paris.

III. Conclusion

Si les enjeux de pouvoir que représente le territoire administratif ont pour effet de parasiter la coopération entre les différentes collectivités locales dans l'élaboration de leurs politiques locales de développement touristique, la question de l'échelle de territoire pertinente, c'est-à-dire celle de l'espace touristique fonctionnel, est au cœur des préoccupations des techniciens comme des élus. A Paris, le processus de métropolisation accélère les dynamiques de coopération interterritoriale et la question de la gouvernance touristique est en plein débat. L'espace de coopération métropolitaine s'avère ici d'autant plus complexe que les enjeux de pouvoir y sont importants. Pourtant, face à la concurrence de plus en plus accrue des autres métropoles touristiques mondiales et l'attrait de nouvelles destinations touristiques, les acteurs publics locaux devront trouver les moyens nécessaires à une véritable coopération. Avec le manque grandissant des deniers publics qui s'accroît dans un contexte de crise économique, le tourisme est l'un des secteurs qui voit ses subventions fondre comme neige au soleil. La coopération entre institutionnels du tourisme sera de rigueur, motivée non moins par un souci d'efficacité que par économie d'argent public. La question de la péréquation financière ne semble pas être évoquée pour le moment mais la perception de la taxe de séjour à l'échelle de la future structure métropolitaine pourrait constituer un argument *politiquement séduisant*. Reste aux responsables politiques de se saisir de la question touristique. Entre *Grand Paris* et *Paris Métropole*, nous tenons le pari que le tourisme y trouvera sa place !

Bibliographie

BOULIN Jean-Luc, « *Le mille-feuille touristique, c'est pas du gâteau !* », Cahier Espaces, n° 289, pp.8-10, février 2011

CATTAN Nadine, intervention au débat Prospective Info « *Mondialisation, métropolisation et dynamiques industrielles* », DATAR, 14 juin 2011, Paris Maison de la RATP
Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris, *Le tourisme, une filière stratégique pour le développement économique francilienne*, Rapport de Monsieur Philippe DEMONCHY, 4 novembre 2010

CLARY D., *Le tourisme dans l'espace français*, Paris, Masson, Collection Géographie, 1993, 358 p.

DESJARDINS Xavier, « *La bataille du Grand Paris* », L'Information géographique, 2010/4, Vol. 74, pp.29-46

GERARDOT Maie, *Le tourisme, outil de gouvernance métropolitaine ?*, Pouvoirs Locaux n°81, Juin 2009

DUHAMEL Philippe, KNAFOU Rémy, « *Le tourisme dans la centralité parisienne* », in SAINT-JULIEN Thérèse, LE GOIX Renaud, *La métropole parisienne. Centralités, inégalités, proximités*, Belin, 2007, pp.39-64

Horwath HTL, *Schéma régional du tourisme et des loisirs 2011/2016. Document de travail*, Le Nouveau Paris Ile-de-France, 2011

JEANNE Matthieu, « *Paris, un enjeu capital* », Hérodote, 2009/4 n°135, pp.80-109

JOLLY Sylvie, « *Paris-Champagne, polarisation et rayonnement : enjeux d'une supra-métropolisation touristique* », in Actes du colloque international *Paris, Tourisme et Métropolisation. Echelles, acteurs et pratiques du tourisme d'une « destination capitale » (à paraître)*, Paris Sorbonne, 24 et 25 juin 2010.

LOZATO-GIOTART Jean-Pierre, « *Paris, modèle de mégalopole touristique* », Cahiers du C.R.E.P.I.F, n°30, avril 1990, pp.40-47

LOZATO-GIOTART Jean-Pierre, *Géographie du tourisme. De l'espace consommé à l'espace maîtrisé*, Pearson Education France, 2^e édition, 2008, pp.129

MARTINETTI Jean-Pierre, « *Vers la fin des malentendus entre tourisme et politique ?* », Cahier Espaces, n° 289, pp. 35-40, février 2011

Office du Tourisme et des Congrès de Paris, *40 ans de tourisme à Paris*, juin 2011.

RICHER Cyprien, « *Questions vives pour la géographie de l'intercommunalité* », L'Information géographique, 2008/4 Vol.72, pp. 56-77

RIEUCAU J., « *Réflexion géographique sur la communication territoriale des lieux*

touristiques en France, in Développement des territoires et management touristique : échanges d'expériences et perspectives de coopération », Actes des 1ères Rencontres franco-espagnoles sur le tourisme, 9, 10 et 11 décembre 2004.

RONAI Simon, « *Paris et la Banlieue : je t'aime, moi non plus* », Hérodote, 2004/2 n°113, pp. 28-47

3.4. L'espace touristique : enjeu et produit des conflits sociaux. Exemples mexicains.

Tourist space as stake and product of social struggles. Case studies in Mexico.

Clément Marie dit Chirot

Université de Caen Basse-Normandie

Depuis 2008, Clément Marie dit Chirot (clement.marie-ditchirot@unicaen.fr) est doctorant en géographie à l'Université de Caen Basse-Normandie et à l'Université Autonome de Puebla, au Mexique, dans le cadre d'un accord de coopération internationale. Ses recherches menées sur les conflits liés au tourisme dans différentes régions du Mexique s'inscrivent dans le champ de la géographie sociale.

Résumé

Espaces hautement valorisés, les lieux touristiques sont susceptibles de faire l'objet de conflits entre les individus et les groupes qui tendent à se les approprier. Depuis une perspective de géographie sociale, cette réflexion propose l'analyse comparée de trois exemples de conflits pour l'appropriation de l'espace touristique situés au Mexique. L'étude des acteurs, des intérêts, mais aussi des conflits et compromis sociaux dont les lieux touristiques sont le produit, est envisagée comme un moyen de penser la dimension politique du tourisme. La question foncière, ou encore le rôle de l'espace touristique dans les conflits sociaux sont ainsi proposés comme des éléments de réflexion susceptibles d'alimenter une approche critique du tourisme, sensible aux rapports de pouvoir et aux inégalités sociales.

Mots-clé : Tourisme, appropriation de l'espace, acteurs, inégalités sociales, conflits.

Abstract

Highly valued areas, tourist places might be subject to conflicts between individuals and groups that tend to appropriate them. From the perspective of social geography, this reflection offers a comparative analysis of three examples of conflicts for the appropriation of tourist spaces in Mexico. The study of actors, interests, as well as social conflicts and compromises of which tourist places are the product, is seen as a way of thinking the political dimension of tourism. The property question, as well as the role of tourist space in social conflicts are proposed as elements of reflection to contribute to a critical approach of tourism that is sensitive to the understanding of power relationships and social inequality.

Key-words: Tourism, space appropriation, actors, social inequality, conflicts.

I. Introduction

Cet exposé présentera les principaux questionnements de la recherche que je mène depuis 2007 à l'Université de Caen et à l'Université Autonome de Puebla, au Mexique, dans le cadre d'une thèse de géographie sociale. Celle-ci s'articule autour de l'analyse comparative de trois situations de conflits liés au développement du tourisme, dans différentes régions du Mexique. Le premier cas concerne un centre touristique créé *ex nihilo* par l'État, au milieu des années 1980, dans le cadre d'une politique nationale de planification touristique et dont le développement a rencontré des résistances à l'échelle locale et engendré une confrontation violente entre les pouvoirs publics et les habitants. Le deuxième exemple est celui du tourisme politique suscité, dans l'État du Chiapas, par la présence du mouvement zapatiste. Si la mise en tourisme de la région est, dans ce cas, directement liée au conflit social, celui-ci semble être aujourd'hui alimenté, en retour, par la concurrence accrue pour le contrôle des lieux touristiques, laquelle peut être à l'origine d'affrontements violents. Enfin, le troisième cas analysé est celui de Playa del Carmen, principale ville touristique de la Riviera Maya, région touristique située sur la côte caraïbe de l'État du Quintana Roo. Là, la rapidité du développement touristique depuis le début des années 1990 mais aussi l'importance des enjeux économiques ont donné lieu à d'intenses luttes de pouvoir pour le contrôle des espaces touristiques. Chacun des cas a fait l'objet d'une enquête de terrain au cours de séjours répétés, depuis 2007, suivant une démarche ethnographique. Ces séjours, d'une durée de trois ans au total, ont permis de rencontrer les acteurs à l'œuvre, d'observer leurs pratiques et de recueillir leurs discours afin de saisir certains des enjeux sociaux, économiques et politiques qui structurent le phénomène touristique. À travers l'étude de ces luttes pour l'appropriation de l'espace touristique, il s'agit d'appréhender la dimension politique du phénomène touristique et, plus largement, de tenter de penser le lien entre tourisme et pouvoir. La temporalité du conflit, quant à elle, apparaît comme un moment privilégié pour l'étude des acteurs dont elle tend à révéler les positionnements, les stratégies et les intérêts.

II. Le choix d'étudier les conflits

Le conflit social constitue par définition un mode d'expression des relations de pouvoir. Pour la recherche en sciences sociales, il constitue un moment privilégié : des processus traversant les sociétés de manière sous-jacente se donnent soudainement à l'observateur, faisant voler en éclat le « pacte de non agression » (Lefebvre, 1974, p.69) régissant jusque là la façon dont les acteurs et les groupes sociaux coexistent dans l'espace social. L'intensité de ces luttes est souvent un indicateur des contrastes sociaux existant au sein de la société, mais témoigne

également de l'importance des enjeux disputés, que ceux-ci soient d'ordre économique, politique ou symbolique.

Parce qu'ils font l'objet d'une valorisation économique et symbolique particulière, les lieux touristiques sont susceptibles de faire l'objet de conflits, de rapports de force entre les individus et les groupes qui tendent à se les approprier. Ce constat prend d'autant plus de sens au Mexique où le tourisme constitue un secteur économique de premier plan. Avec 20 millions de touristes par an, le pays est en effet la première destination touristique d'Amérique latine. Cette situation témoigne, entre autres, du choix fait par les différents gouvernements d'investir massivement dans ce secteur de l'économie, au moins depuis les années 1960. Parallèlement, la société mexicaine est caractérisée par des inégalités sociales fortes mais aussi par les formes violentes sous lesquelles sont exprimés les rapports de pouvoir et de domination, tandis que « l'autorité [des dominants] s'exerce par la violence dès qu'elle est contestée » (Bataillon, 2008, p.162). Ces contradictions se traduisent donc naturellement dans le champ du tourisme par de nombreux exemples de conflits pour l'appropriation d'espaces touristiques, lesquels sont fréquemment relayés par la presse mexicaine et occupent désormais une place significative dans le débat public.

La géographie sociale a pour objet l'étude des rapports sociaux à travers leur expression spatiale. L'espace y est envisagé comme une construction sociale, voire comme une « dimension » de la vie des sociétés. En ce sens, l'espace touristique n'est pas tant un objet d'étude « en soi » qu'un point de départ pour l'analyse géographique des rapports sociaux, car si tout lieu touristique est une construction sociale, « la seule question intéressante que l'on peut se poser est alors la suivante : de quels processus sociaux (...) est-il le produit ? » (Harvey, 2010, p.22).

En choisissant de mettre l'accent sur la dimension conflictuelle de tels processus, il s'agit d'orienter le regard vers les contradictions qui se développent au sein d'un monde social, le tourisme, afin d'observer des rapports sociaux dont il participe mais qui ne se résument pas à lui. Qui contrôle les espaces touristiques ? Qui en est exclu ? Quels sont les enjeux de ces luttes ? Certains pouvoirs en ressortent-ils affaiblis ou au contraire renforcés ? Les différentes dimensions spatiales de ces conflits constituent autant de fils conducteurs qui sous-tendent cette réflexion. L'espace touristique y est appréhendé simultanément comme enjeu, support et produit des rapports de pouvoir. En effet, la comparaison qui constitue le cadre de la démarche est fondée sur des situations conflictuelles dans lesquelles la maîtrise des espaces touristiques constitue un enjeu majeur. Cependant, les relations entre l'espace touristique et

les conflits sociaux sont multiples et ne peuvent être réduites à cette seule dimension : s'il peut être l'objet d'intenses luttes de pouvoir, l'espace touristique en est aussi le produit. En s'inscrivant dans l'espace touristique, ces rapports de force contribuent à le façonner en produisant des formes particulières d'organisation de l'espace. Enfin, si l'espace est à la fois cause et conséquence des conflits et des luttes de pouvoir, il en est également le support pour les acteurs qui l'utilisent, et « sert aussi d'instrument à la pensée comme à l'action [en ce qu'il] est (...) un moyen de contrôle donc de domination et de puissance » (Lefebvre, 1974, p.35). Une attention particulière est donc prêtée aux usages politiques de l'espace touristique, c'est-à-dire à la façon dont il est mobilisé dans le cadre de luttes politiques et la manière dont sa maîtrise contribue à reproduire ou à transformer les équilibres en place.

Le fait de considérer les conflits sociaux comme un élément central de la production de l'espace touristique n'implique pas de conclure à des antagonismes binaires, voire manichéens, au risque de « voir le territoire comme le lieu d'affrontements duels (...) alors que la réalité est bien plus complexe » (Brunet, 1993, p.122). Il doit au contraire nous conduire à mettre en lumière tout un ensemble de jeux d'acteurs, d'intérêts parfois dissimulés, de rapports de force, de stratégies et d'alliances afin de restituer dans leur complexité les logiques sociales inhérentes au monde du tourisme. Plus largement, il s'agit d'« étudier le rôle du tourisme dans les rapports de pouvoir (capacités de résistance, d'appropriation ou d'imposition) entre les populations, les autorités locales, les États et les voyageurs » (Cousin, Réau, 2009, p.104).

En 2004, la revue *Trace* consacrait un numéro thématique à la question du tourisme en Amérique latine. Dans son introduction, N. Raymond proposait de penser le tourisme comme un « prisme d'observation » des sociétés. L'auteure en appelait ainsi à questionner « autant les sociétés latinoaméricaines dans leurs logiques propres, que le tourisme comme phénomène universel » (Raymond, 2004, p.8). Il s'agissait, autrement dit, de voir ce que l'étude du phénomène touristique pouvait révéler des sociétés dans lesquelles il prend place, mais également de confronter l'objet d'étude à différents contextes sociétaux afin de renouveler le cadre de son analyse. Mise à l'épreuve de sociétés aussi violentes et inégalitaires que les sociétés d'Amérique latine, l'étude du phénomène touristique ne peut évacuer la question des inégalités sociales et des rapports de pouvoir. En retour, des recherches menées en Amérique latine et, en l'occurrence, au Mexique, peuvent contribuer au développement d'une approche critique du tourisme, transposable à d'autres sociétés, tout en maintenant une distance théorique vis-à-vis d'une problématique qui, si elle est aujourd'hui critiquée, a longtemps

dominé les recherches sur le tourisme en Amérique latine et, plus largement, dans les pays dits du « Sud », celle de l'« impact » (Doquet, 2010). Une première piste de réflexion dans le cadre d'une analyse géographique des relations entre tourisme et pouvoir pourrait être d'interroger les rapports à l'espace touristique dans leur dimension matérielle à travers une question centrale : la question foncière.

III. L'entrée par la question foncière

La question foncière est indéniablement un champ d'observation privilégié des relations de pouvoir dans les lieux touristiques. En dotant l'espace matériel d'une valeur économique et symbolique particulière, le tourisme accroît la concurrence entre les acteurs économiques, politiques, institutionnels, individuels et collectifs qui tendent à se l'approprier et développent différentes formes de stratégies que les situations de conflits peuvent contribuer à révéler. Des relations d'antagonismes ou d'alliances peuvent ainsi mettre en scène les pouvoirs publics, l'initiative privée, les habitants organisés, la société civile, etc. En témoigne la multiplication, notamment au Mexique, des résistances locales face à la mise en œuvre de politiques publiques de développement touristique impliquant la création de réserves foncières, comme ce fut le cas à Huatulco, localité située sur la côte Pacifique de l'État d'Oaxaca. Ailleurs, des phénomènes spéculatifs peuvent accompagner l'émergence d'une destination touristique, favorisant les acteurs et les catégories sociales détentrices de la ressource foncière au détriment des groupes sociaux plus vulnérables sur ce plan. Dans une situation comme dans l'autre, l'intervention des pouvoirs publics dans la question foncière, en tant qu'aménageurs ou encore comme régulateurs des rapports de marché, peut constituer une cause de confrontation avec les populations ou l'initiative privée.

Le centre touristique de Huatulco a ainsi été planifié par l'État mexicain au milieu des années 1980. Son développement a impliqué la création d'une importante réserve de terres par l'expropriation de la partie littorale de la municipalité du même nom (plus de 20 000 hectares au total). Afin de mettre en œuvre le processus d'expropriation, les pouvoirs publics entreprennent, dans un premier temps, de régulariser la propriété foncière en dotant les terres affectées d'un statut légal, celui des « terres communales », selon un système de propriété collective du sol. La communauté agraire de Huatulco est ainsi légalement constituée, par décret, un jour avant l'expropriation. Ce régime foncier reconnaît un certain nombre de droits par rapport aux terres communales aux personnes appartenant à la communauté, les *comuneros*, droits matérialisés par l'obtention d'un titre agraire. Cette mesure définit le régime juridique des terres qui feront l'objet de l'expropriation et délimite le groupe social

affecté, celui formé par l'ensemble des *comuneros*, participant à la construction d'un nouvel acteur collectif directement lié à la propriété juridique du sol. Le statut de *comunero* implique notamment d'être indemnisé pour la perte des terres et de recevoir certaines contreparties en nature, parmi lesquelles un logement situé dans la ville planifiée.

Ainsi, l'expropriation des terres et la création d'une réserve foncière pour développer le centre touristique instituent un nouveau découpage de l'espace et de la société. En intervenant sur l'espace, la puissance publique a également constitué juridiquement un groupe social et créé un enjeu susceptible de cristalliser des luttes de pouvoir. Le développement du centre touristique rencontre rapidement des résistances au sein de la communauté et l'expropriation engendre un conflit violent entre l'État et les *comuneros*, lequel se solde quelques années plus tard par l'assassinat de l'un des principaux leaders de l'opposition au projet. Ces conflits ont largement contrarié la réalisation du schéma d'aménagement conçu par les pouvoirs publics et le centre touristique est aujourd'hui un espace fragmenté, reflet et conséquence des conflits sociaux.

Mais si la mise en œuvre d'un développement touristique peut être le déclencheur de luttes pour le contrôle de la ressource foncière, elle peut aussi contribuer à rendre visibles des rapports de force qui préexistaient au sein de la société en accentuant le rôle structurant des rapports de propriétés dans les rapports sociaux. La position par rapport à la propriété juridique du sol peut ainsi devenir une ligne de clivage entre des catégories d'acteurs ou des groupes que le tourisme peut contribuer à reproduire ou à modifier. Ces logiques sociales, non réductibles aux situations de développement touristique, ont notamment été décrites et analysées par l'anthropologie économique de Maurice Godelier, laquelle peut constituer un cadre théorique propice à une étude des relations de pouvoir contenues dans les rapports à l'espace touristique. Car, comme le souligne M. Godelier, « les systèmes de droits de propriété distinguent toujours avec plus ou moins de précision la qualité (et par suite le nombre) de ceux qui possèdent des droits, et lesquels. Sont donc ainsi définies l'égalité ou l'inégalité des membres de la société par rapport aux « réalités » auxquelles ces droits donnent accès » (1984, p.110).

On ne vit pas le développement du tourisme de la même façon selon qu'on a été exproprié ou non, selon que l'on est propriétaire ou locataire de son logement, selon que l'on bénéficie d'une sorte de « rente de situation » ou que l'on habite dans un quartier précaire et auto-construit situé en périphérie de la ville touristique. Les inégalités contenues dans ces rapports à l'espace touristique sont traduites par des conditions d'existence inégales (éloignement,

accès aux services basiques, risques environnementaux, précarité juridique, etc.), lesquelles sont constitutives de groupes et s'expriment par la pratique politique. Ainsi, les difficultés d'accès au logement auxquelles doit faire face la plus grande partie des habitants des villes touristiques mexicaines peuvent être à l'origine d'intenses mobilisations sociales, lesquelles participent, en retour, aux processus de production de l'espace, notamment à travers des invasions ou occupations de terres. Pour P. Melé (2009, p.51), « ces conflits instituent une forme de territorialisation parce qu'ils produisent des groupes, conscients d'une solidarité de destin reposant sur leur inscription spatiale, qui s'approprient matériellement par une veille de terrain, et idéellement par un travail de nomination et de valorisation, un espace ».

Au Chiapas, où la propriété juridique du sol est caractérisée par une confusion généralisée (Villafuerte, 2002, p.39), l'usage de la force est même l'un des principaux modes d'appropriation de l'espace. Alors que les statistiques officielles faisaient état, en 2000, de près de 14 000 conflits agraires dans l'ensemble de l'État, ce flou cadastral oblige les populations rurales du Chiapas à se positionner politiquement: posséder une terre implique souvent d'être en mesure de s'organiser pour l'occuper, se l'approprier et, éventuellement, la défendre. L'appartenance à une force politique devient donc un enjeu non réductible à un choix idéologique, enjeu étroitement lié au contexte matériel local, contexte dans lequel le tourisme peut occuper une place centrale. Dans le nord de l'État, la perspective d'importants développements touristiques appelant la création de réserves foncières accentue les tensions pour le contrôle des principaux sites touristiques (sites archéologiques, sites naturels, rivières, cascades, etc.). Certains haut-lieux du tourisme local, comme c'est le cas des cascades d'Agua Azul, semblent ainsi cristalliser les tensions sociales et deviennent périodiquement le théâtre d'affrontements violents entre des communautés rebelles et les forces de l'ordre ou entre des communautés d'affiliations politiques opposées. Ce phénomène alimente la déjà très forte polarisation politique des populations rurales du Chiapas et le tourisme semble contribuer à produire une nouvelle géographie des conflits dans la région.

Des logiques de cette nature sont observables dans les différents terrains d'étude. À Huatulco et Playa del Carmen, lieux touristiques par excellence, les luttes de pouvoir pour l'appropriation des espaces touristiques représentent même un élément essentiel de la vie politique locale. Elles ont notamment joué un rôle phare dans la constitution des principales forces politiques d'opposition. Au Chiapas, où le développement du tourisme s'inscrit dans un ensemble d'enjeux complexes dépassant de loin la seule question du tourisme, la prise en compte des conflits liés au contrôle des espaces touristiques peut néanmoins apporter un

éclairage nouveau sur les processus politiques locaux. Particulièrement aigüe dans les lieux touristiques, cette problématique de la concurrence pour le contrôle d'espaces hautement valorisés, notamment du point de vue de l'accès au foncier, peut alimenter une réflexion prenant en compte la question des inégalités sociales et des rapports de pouvoir autour de thèmes telles que le « patrimoine » ou encore l'« environnement ».

IV. Des usages politiques de l'espace touristique

À la fois enjeu et produit de conflits sociaux, l'espace touristique peut également devenir un support pour l'action politique lorsqu'il est mobilisé par les acteurs pour construire un rapport de force ou affirmer une position de pouvoir. Cet usage de l'espace touristique comme arme politique a notamment été analysé par O. Dehoorne, pour qui « les groupes aspirant à dominer se concentrent sur les lieux sources de pouvoir, les points stratégiques permettant de déstabiliser les pouvoirs établis. Au centre de ces rapports de pouvoir se trouvent précisément les lieux touristiques » (2004, p.33).

L'exemple du tourisme politique développé au Chiapas suite au soulèvement, en 1994, de l'Armée Zapatiste de Libération Nationale (EZLN) est, à ce titre, probant. Dans cet État méridional du Mexique, la présence d'un conflit armé a entraîné le développement d'un tourisme politique, étroitement lié à la présence de l'EZLN. Principalement le fait de jeunes touristes européens sympathisants du mouvement rebelle, ce tourisme représente, pour populations zapatistes, non seulement une manne économique mais aussi un moyen d'être visibles à l'échelle internationale ainsi qu'une protection dans le cadre de conflits violents, avec les autorités ou avec des populations civiles d'affiliation politique opposée. Par leur présence physique dans les lieux de conflits, ces touristes interfèrent dans des rapports de forces locaux et deviennent, le temps de leur séjour, des acteurs politiques de premier plan en prenant part à la construction des territoires autonomes. De ce point de vue, la construction d'un lieu touristique dans une zone de conflit devient paradoxalement l'un des leviers de la réalisation d'un projet politique dissident.

Inversement, lorsque des controverses liées à la mise en tourisme d'un espace sont introduites dans le débat public, elles peuvent devenir de véritables bannières politiques pour les partis ou les organisations qui s'en saisissent. Au Mexique, ces conflits peuvent notamment permettre aux acteurs politiques locaux de réaliser des manœuvres à visée clientéliste en nouant des alliances avec l'une des parties impliquées en échange d'un soutien politique. Dans le cas de la création du centre touristique de Huatulco, les habitants opposés à l'expropriation ont par exemple reçu l'appui d'organisations politiques extérieures à la région. Cet épisode marque

un moment fondateur dans la construction d'une opposition politique locale et témoigne d'un rapport de force politique entre les différentes échelles de décision : pouvoir fédéral (promoteur du développement touristique planifié) contre pouvoir local (gouverneur de l'État allié des opposants au projet). Le conflit quant au statut des terres continue, aujourd'hui encore, d'occuper le débat politique à chaque échéance électorale.

Plus largement, l'analyse du rôle joué par l'espace touristique dans ces luttes politiques ainsi que la façon dont il est mobilisé par les différents acteurs peut constituer un objectif théorique, tant pour ce qui relève de la compréhension des dimensions politiques du tourisme que pour celle de la dimension spatiale des rapports de pouvoir et de domination. Sur le plan méthodologique, l'analyse des trajectoires de certains leaders politiques (sous forme de portraits ou de biographies) ou d'organisations peut apporter des éléments de réponse à cette question en interrogeant, par exemple, la façon dont ceux-ci s'approprient la question touristique en se positionnant dans des situations conflictuelles.

L'exemple de l'ex-gouverneur de l'État du Quintana Roo, principale région touristique du Mexique, constitue, de ce point de vue, un cas d'école. En effet, si le nom de Mario Villanueva Madrid est généralement associé, au Mexique, à l'un des plus importants scandales politico-judiciaires des dernières années, son ascension politique est étroitement liée au développement touristique de la Riviera Maya, processus dont il fut un acteur-clé.

Maire de la ville de Cancun de 1990 à 1993, ce politicien local a notamment su utiliser à son avantage les luttes entre différents groupes de pouvoir pour le contrôle de l'espace touristique. Au début des années 1990, la localité de Playa del Carmen voit s'amorcer le développement d'une activité touristique locale liée, notamment, à la proximité par rapport au centre touristique de Cancun ainsi qu'à l'île de Cozumel. Une élite locale, composée d'un groupe d'entrepreneurs et de propriétaires fonciers perçoit alors le potentiel touristique de cette portion du littoral devenue, deux décennies plus tard, une région touristique de rang international. Sur le plan politique et administratif, Playa del Carmen dépend à cette époque de la municipalité de Cozumel, dont le chef-lieu est situé sur l'île du même nom, à quelques kilomètres de la côte. À l'échelle municipale, le pouvoir politique est alors concentré entre les mains de la bourgeoisie insulaire, situation héritée de la Guerre des Castes, durant la seconde moitié du dix-neuvième siècle. Pour pouvoir prendre en main le développement touristique et économique de Playa del Carmen, ces élites locales s'engagent dans une lutte sécessionniste vis-à-vis des autorités municipales de Cozumel, revendiquant la création d'une nouvelle municipalité dont Playa del Carmen deviendrait le chef-lieu. Mario Villanueva, qui aspire à

cette époque à devenir gouverneur de l'état du Quintana Roo, conclue alors un pacte avec ce groupe de pouvoir : en échange d'un soutien politique, il intercèdera, une fois élu, auprès du gouvernement fédéral pour permettre la création de la nouvelle municipalité. Baptisée Solidaridad, la nouvelle municipalité est ainsi créée, en 1993, quelques mois après son élection.

L'élection au poste de gouverneur du Quintana Roo implique notamment, pour Villanueva, la maîtrise de l'important patrimoine foncier et immobilier appartenant au gouvernement local. Récemment élu, un conflit juridique l'oppose à un entrepreneur local : ce dernier revendique la propriété de plusieurs centaines d'hectares de terrains côtiers situés à Playa del Carmen, terrains appartenant théoriquement aux pouvoirs publics. À cette époque, le rapide développement touristique et urbain de Playa del Carmen engendre une pression foncière accrue, source de tensions sociales. En l'absence d'une issue juridique au conflit, le gouverneur négocie secrètement le terrain disputé avec un groupe d'habitants réunis sous la bannière d'une organisation sociale, autorisant, de manière tacite, l'invasion de la parcelle en échange d'une frange littorale destinée à faire l'objet d'un développement hôtelier. Cette manœuvre lui permet à la fois de résoudre *de facto* le conflit en reprenant, par la force, le contrôle des terrains côtiers tout en consolidant son assise politique (sur la base de relations clientélistes) grâce à la base électorale que constitue le quartier créé par l'invasion, lequel est aujourd'hui le plus important quartier populaire que compte la ville.

À travers l'itinéraire politique de Mario Villanueva, il est possible d'entrevoir des stratégies impliquant la production et l'appropriation d'espaces touristiques. Son parcours politique est même indissociable de l'émergence d'une destination touristique, la Riviera Maya, dont la ville de Playa del Carmen constitue le cœur économique. D'autres exemples ont été fournis par les autres terrains d'étude. Dans les régions du Chiapas où il existe un grand nombre de sites à fort potentiel touristique, l'appropriation de ces espaces par le mouvement zapatiste et la création de projets touristiques autonomes pourrait bien être, pour le mouvement rebelle, l'une des conditions de la construction de l'autonomie politique et territoriale. L'espace touristique doit ainsi être pensé comme une ressource pour l'affirmation de positions de pouvoir dans la mesure où, pour reprendre une formule empruntée à H. Lefebvre, « l'hégémonie s'exerce par le moyen de l'espace » (1974, 18). La prise en compte du point de vue des acteurs politiques peut ainsi passer par l'analyse des trajectoires d'acteurs individuels ou d'organisations et de leurs relations avec le phénomène touristique, dans la continuité des recherches menées par N. Raymond en Amérique latine, sur les usages politiques du tourisme.

V. Conclusion

La prise en compte des enjeux de pouvoir liés à l'activité touristique doit être un moyen d'appréhender le fonctionnement des sociétés autant que celui du tourisme lui-même. En s'attachant à révéler la façon dont le tourisme intervient dans les rapports de pouvoir, voire de domination, ou en étudiant la façon dont sont reproduites, dans le monde du tourisme, les inégalités sociales, il est possible de nourrir une réflexion théorique critique sur l'objet, tout en se démarquant de la problématique dite de « l'impact ». Car si celle-ci est aujourd'hui largement critiquée dans le champ scientifique, elle reste largement présente dans celui des acteurs du tourisme eux-mêmes. En témoigne la prolifération de termes faisant référence à une volonté de maximiser les retombées positives du tourisme tout en limitant les « effets pervers » : tourisme « durable », « équitable », « solidaire », écotourisme, etc. Ces termes trouvent ainsi leurs équivalents au Mexique où cette approche domine notamment le domaine de la formation professionnelle aux métiers du tourisme. En présentant le tourisme comme un « objet », extérieur aux réalités sociales, ces approches « sectorielles » rejettent dans l'impensé collectif les enjeux politiques qui gravitent autour de l'activité touristique. Pourtant, on imagine mal comment une « méthodologie » pourrait rendre le tourisme plus « juste » : en quoi serait-il différents d'autres mondes sociaux ? Dans quelle mesure pourrait-il s'extraire des logiques de pouvoir qui traversent la société dans son ensemble, à plus forte raison dans une société aussi ségréguée que la société mexicaine où, selon une estimation récente, la fortune personnelle de Carlos Slim, l'homme le plus riche du monde équivaut au patrimoine cumulé des 32 millions de Mexicains les plus pauvres ?

Bibliographie

BATAILLON Claude, *Un géographe français en Amérique latine*, Paris, Éditions de l'IHEAL, 2008.

BRUNET Roger, *Les mots de la géographie. Dictionnaire critique*, Paris, Reclus – La Documentation Française, 1993.

COUSIN Saskia et RÉAU Bertrand, *Sociologie du tourisme*, Collection « Repères », Paris, La Découverte, 2009.

DEHOORNE Olivier, “*Turismo y poder. De la lucha por la seguridad a la lucha por el poder político*”, TRACE, n°45, Mexico, 2004.

DOQUET Anne, « La force de l'impact », *Espacetemps.net*, 2010.

GODELIER Maurice, *L'idéal et le matériel*, Paris, Fayard, 1984.

HARVEY David, *Géographie et capital*, Collection « Mille Marxismes », Paris, Syllepse, 2010.

LEFEBVRE Henri, *La production de l'espace*, Paris, Anthropos, 1974.

MELÉ Patrice, « Identifier un régime de territorialité réflexive », in VANIER Martin (dir.), *Territoires, territorialité, territorialisation. Controverses et perspectives*, Collection « Espaces et Territoires », Rennes, PUR, pp.45-55, 2009.

RAYMOND Nathalie, « *Los interrogantes que plantea América latina al estudio del fenómeno turístico* », Trace, n°45, pp.11-31, 2004.

VILLAFUERTE SOLIS Daniel, *La tierra en Chiapas. Viejos problemas nuevos*, Mexico, Fondo de Cultura Económica, 2002.

3.5. Comment saisir le changement social chez les Mosuo du Yunnan (Chine) ? Logiques multiscalaires du tourisme.

How to get social change concerning Mosuo people of Yunnan (China) ? Multiscalar logics of tourism.

Pascale-Marie MILAN

Université de Lyon 2 (France) et université Laval (Québec)

Pascale-Marie Milan (Pascale-marie.milan@univ-lyon2.fr) est doctorante en anthropologie en cotutelle à l'université de Lyon 2 (France) et l'université Laval (Québec). Elle est membre du Crea (Lyon 2) et du *Minorities in the Southeast asian massif research Lab* (Laval/ McGill). Ses recherches portent sur le tourisme et le changement social chez les Mosuo (Lac Lugu, Chine), une société matrilineaire et matrilocale pratiquant la coutume matrimoniale singulière du *séssé*. Ses travaux de thèse portent plus particulièrement sur les logiques et les reconfigurations susceptibles de modifier durablement le tissu social Mosuo, grâce à la comparaison de deux villages (l'un touristique, l'autre non).

Résumé

Ce texte retrace les choix théoriques et méthodologiques de l'étude des rapports de dominations dans le contexte touristique. Parce qu'il suppose un voyage spatio-temporel de sujets dissemblables, le tourisme montre que les théories de l'impact, bien qu'elles soient toujours prégnantes, doivent être réévaluées à la lumière de pratiques quotidiennes qui dévoilent un changement social bien plus ancré dans la capacité d'agir des acteurs locaux que dans une simple oppression des dominants. Des logiques multiscalaires dévoilent ainsi la complexité des politiques développementalistes à l'œuvre.

Mots-clefs : Chine, tourisme, changement social, relations de pouvoir, agencéité.

Abstract

This text traces the theoretical and methodological choices for the study of power relations in tourism context. Because it assumes a space-time travel between dissimilar subjects, tourism shows that the theories of impact, although they are still ever present, must be reassessed in the light of "everyday" practices that reveal much about social change rooted in the empowerment of local actors than a single dominant oppression. Multiscalar logics reveal thus the complexity of developmentalist policies in action.

Keywords : China, tourism, social change, power relations, agency.

La Chine, profondément remodelée par l'essor des mobilités contemporaines de loisirs, fruit d'une ouverture au monde et d'une série de réformes économiques et sociales menées à la fin des années 1970, (Nyiri, 2006 ; David, 2007, p.143), a vu son tourisme augmenter exponentiellement depuis les années 1980. L'Organisation mondiale du tourisme prévoit ainsi que la République Populaire de Chine devienne la destination touristique numéro 1 d'ici 2020

(Cornet, 2010, p.163). Le tourisme, essentiellement domestique, est ainsi devenu, en Chine, un outil stratégique de développement (Sofield, Li, 1999 ; Lew *et al.*, 2002 ; Kolas, 2008), reflétant une logique de modernisation que le contexte national chinois semble à priori soutenir (Hubinger, 1997, p.578⁸¹) et se conjuguant aux politiques gouvernementales de l'ethnicité définissant la nation chinoise moderne (Oakes, 1998 ; Gladney, 2004 ; Nyiri, 2006 ; David 2007). Il suppose un voyage spatio-temporel des Chinois urbains, pensés comme modernes, vers les minorités rurales, supposées comme authentiques (Sanjuan, 2001) autour de dynamiques touristiques locales, nationales et globales. Ainsi, un jeu complexe de stratégies multiscalaires se dessine, mettant en exergue le tourisme comme lieu d'une logique dichotomique et disproportionnée entre Han (91,8%) et minorités (8,2%)⁸² (Gladney, 1994 ; Schein 1997, Oakes, 1998) constitutif de l'imaginaire national (Anderson, 1996). La relation entre visiteurs et visités est ainsi marquée par des rapports de pouvoir et de domination complexes.

Les Mosuo, connus pour être une société sans père ni mari (Cai, 1997), ont bénéficié d'une mise en lumière exceptionnelle, durant le regain d'intérêt pour les minorités nationales apparu dans les années 1980 à la suite de la célébration culturelle des groupes ethniques peuplant la Chine (Walsh, 2005, p.449), du fait de la pratique d'une coutume matrimoniale singulière. Nommée Sésé, elle consiste en la visite des hommes chez les femmes le soir venu. Un système considéré comme le pivot de la société Mosuo (Shih, 2000, p.701). Lorsque le lac Lugu, autour duquel vivent les Mosuo, s'ouvrit au tourisme au début des années 1990, les Mosuo ont alors été dépeints à partir de représentations culturalistes issues des théories Staliniennes évolutionnistes, mettant en avant leur « primitivité », leur soi-disant « matriarcat » ainsi qu'une certaine sexualité fantasmé aux mœurs légères (Walsh, 2005).

La nouvelle logique sociale induite par le tourisme, si elle entre en contradiction avec des perceptions sociales acquises au cours de l'histoire (ethnicité, coutume matrimoniale...), détermine la possible dilution (sinisation, acculturation...) culturelle d'un côté et la folklorisation de l'autre, des modes de vie Mosuo (Morais *et al.*, 2005 ; Mattison, 2010) et la possible disparition de ces coutumes historiques qui garantissent les fondements du système culturel et social Mosuo, au profit d'éléments folklorisés qui ne feront plus sens. Se pose donc la problématique de la rupture du tissu social sous le poids des influences extérieures au

⁸¹ Hubinger s'intéresse aux États d'Europe centrale post-totalitaire, mais son propos trouve résonance dans le cas de la Chine.

⁸² Selon la sinologue Françoise Grenot-Wang.

groupe.

Souvent mesuré en terme d'impact, parce que trouvant résonance dans une construction historique chinoise opposant centre et périphérie (Høivik et Heidberg, 1980 ;Sanjuan 2001 ; Chevrier 2003 ; Grenot-Wang, 2005, Harrell 1996, 2001), le tourisme reste souvent tributaire d'une idée selon laquelle les locaux subiraient passivement le tourisme au travers d'une colonisation éphémère, de pouvoirs symboliques ou physiques (Evrard, 2006). Il est également souvent étudié sous l'angle d'une logique économique et utilitaire. Depuis plusieurs décennies pourtant, quelques auteurs plaident pour une reconsidération de la capacité d'agir (Giddens) des acteurs locaux qui dans leurs pratiques « de tous les jours » (Kerkvielt, 2009) résistent aux rapports de domination (Scott, 2008). La question est donc de savoir, ici, quels outils méthodologiques et théoriques permettraient de relativiser ce paradigme de l'impact qui bien que faisant sens, n'est pas suffisant pour saisir le changement social à l'œuvre dans la société Mosuo.

Sur la base de trois terrains ethnographiques estivaux (2007, 2009, 2011) menés dans deux villages de la région du lac Lugu, aux contreforts de l'Himalaya, à la frontière du Yunnan et du Sichuan, cet article vise à mettre en évidence les outils méthodologiques et conceptuels permettant d'interroger les rapports de pouvoir qui s'exercent à travers le tourisme et les liens qu'entretiennent préservation des cultures et développement.

C'est dans un premier temps en interrogeant la posture de l'ethnologue et les outils méthodologiques et théoriques à sa disposition pour saisir les rapports de domination, que ce texte souhaite proposer ensuite une réflexion sur les relations de pouvoir qui s'exercent à travers le tourisme que ce soit au travers de la rhétorique culturelle de l'UNESCO que de l'État chinois. Au final, le paradigme de l'impact semble offrir de nouveaux espaces d'analyse lorsqu'il se place dans un champ plus large et fécond tenant compte de la capacité d'agir des acteurs dans ces relations de pouvoir.

Posture et dispositifs pour l'étude des rapports de dominations

I. La boîte à outils adéquate de l'anthropologie

Quoiqu'il ne soit pas un phénomène nouveau, en témoigne son émergence dans la noblesse britannique du XVIIe siècle, les anthropologues ont été plus réticents que d'autres à s'intéresser au tourisme⁸³ (Nash, 1996 ; Cousin et Reau, 2009). Pourtant l'Anthropologie

⁸³ Encore plus en France. Le tourisme est resté un objet d'études secondaires jusqu'au tournant du siècle dernier à l'exception des travaux fondateurs de Michel Picard sur Bali (1992) et Jean-Didier Urbain (1991). Il était

semble posséder la boîte à outils adéquate pour une analyse fine du phénomène (Picard et Michaud, 2001). De par sa méthodologie singulière, la discipline offre en effet une variation à l'étude de la question touristique permettant de comprendre les formes subjectives de la vie sociale et les expériences de domination (Scott, 2008, 2009 ; Olivier de Sardan, 1995 ; Ortner, 2006). Bien sûr, des hégémonies de toutes sortes (économique, politique, idéologique, scientifique) affectent la pratique anthropologique. Ces influences aujourd'hui normatives parce qu'ayant déjà profondément atteint le sens commun, peuvent être mise de côté en se dégageant d'une production de connaissance purement utilitaire sans pour autant parler au nom de ces acteurs supposés uniquement dominés.

En ce qui concerne les thématiques liées au développement, deux attitudes dominent. Les effets peuvent être évalués soit comme du progrès, soit de manière négative, à travers les effets de déstructuration, de domination de ces sociétés. À l'évidence les anthropologues occidentaux ont pour l'instant largement critiqué le développement, parce que dominé par une idéologie traditionaliste (Olivier De Sardan, 1995). L'occasion est donnée ici de complexifier cette vision dualiste, en montrant que l'anthropologie peut contribuer à dévoiler des formes inattendues parce que différentes des paradigmes dominants.

Dans le cas du tourisme, l'anthropologie peut contribuer à nuancer la violence symbolique qui s'exerce dans les rapports sociaux et en particulier dans les rapports de domination parce qu'elle permet de restituer la dimension empirique vécue par les populations locales. Trop souvent les outils quantitatifs, instrumentalisés et promus par une certaine doxa hégémonique (celle du progrès, de l'évolution) peuvent servir à légitimer des politiques de développement. Aussi, contrairement à la mesure quantitative, qui omet par une tentative d'objectivation de la réalité sociale, passant par une mise en catégorie loin de refléter le vécu des populations locales, la mesure qualitative de l'anthropologie permet de restituer les stratégies et les agencéité locales.

II. La posture de l'ethnologue

Le modèle canonique du travail de terrain dépeint par Malinowski, n'est pas toujours une évidence lorsque les enquêtés ne comprennent pas ce en quoi consiste l'Anthropologie (renleixue, 人类学), ni ce qu'est un Anthropologue (ren leixuejia, 人类学家). Dû au fait de mon apparente oisiveté, et parce que l'anthropologie est bien moins connue de l'étude des

jusque-là l'objet d'étude privilégié des économistes et des géographes. Voir Cousin et Reau, introduction (2009).

Minzu (minzuxue, 民族学)⁸⁴, des difficultés s'imposaient quant à la perception de mon identité. Je cherchais au début à me détacher de positionnalités (Rose, 1997) univoque, mais plus intelligible pour eux, que m'assignaient mes interlocuteurs. Ces positionnalités différaient d'un lieu à un autre, d'un interlocuteur à un autre. D'un côté, j'étais une touriste, de l'autre une écrivaine et parfois une amie. Dans le village où mon intégration s'est si bien faite, j'ai vécu dans une famille Mosuo, en dehors des infrastructures touristiques standards, participant à l'accueil des touristes venant manger et danser à la fête du village. J'ai été, ici, actrice de « mon terrain » et ma recherche s'entremêlait avec un quotidien où j'étais intégrée à la vie familiale de mes hôtes. Dans l'autre je gardais cette positionnalité de touriste aux yeux de beaucoup.

La richesse ethnographique de tels positionnalités avec lesquels il est possible de jouer dans une certaine mesure, une posture méthodologique qui permet la comparaison des interactions à différentes échelles. Entre visiteurs et visités, entre l'anthropologue et ses interlocuteurs, entre Mosuo d'un même village, Mosuo de villages différents. Elle permet également à l'anthropologue, la comparaison du hors-champs et de la scène publique de l'espace touristique. À ce titre, l'informel parce qu'il s'évoque au travers d'une posture relationnelle de l'ethnologue avec les enquêtés fût le corpus principal à partir duquel analyser la part du discours caché et les relations de pouvoir qui s'exercent dans le tourisme. Cette méthode ne relève probablement pas d'une science exacte, mais d'un comportement qui naît selon James Scott (2008) dans des circonstances particulières ou d'une personnalité singulière. La subjectivité et l'expérience singulière du chercheur l'intégrant pleinement à l'étude (Laplantine, 2005).

III. Saisir les situations de domination.

Toute la difficulté de l'étude du tourisme est de délimiter un cadre précis de référence de l'objet du fait de la multiplicité des niveaux à appréhender (du micro au macro). La construction d'une enquête doit également se faire avec des outils méthodologiques cohérents au regard de son questionnement anthropologique. Dans le cas présent, l'intérêt pour l'étude du changement social à partir du vécu quotidien des visités, requiert une entrée à partir de certains points que l'on pourrait nommer micro, de situations sociales concrètes. Elle

⁸⁴ Le terme Minzu, emprunté au japonais *Minzoku*, lui-même néologisme influencé de l'ethnos occidental, signifie à la fois nation, nationalité et ethnie (Thoraval, 1997). Les Minzuxué, l'étude des Minzu, sont tributaires d'une tradition épistémologique chinoise singulière. C'est une science sociale hautement politisée dont il fallait me détacher. ü

nécessite également de prendre en compte des aspects plus macrologiques dont l'intérêt réside en l'analyse du décalage qui se dégage des différentes logiques inextricables du tourisme. La compréhension du groupe doit donc être saisie dans une perspective multiscalaire, avec un jeu des échelles, rendant compte de la complexité du réel (Olivier de Sardan, 1991).

Trois dimensions semblent cohérentes à comparer pour étudier le changement social et mettre en dialogue des éléments trop souvent dissociés (Michaud, 2001) dans l'appréhension des relations de pouvoir.

D'abord, l'étude de ce terrain sensible qu'est la scène privée touristique nécessite deux approches complémentaires. La première, celle de l'observation participante mise en place lors d'une immersion prolongée permet de vivre au quotidien cette scène privée. Le simple fait de vivre au quotidien avec des Mosuo, hors du confort exigé par le tourisme permet de nouer des liens relationnels forts propices aux confidences. Cette posture ouverte aux pratiques quotidiennes vise à produire des données directement liées au tourisme et pourtant très peu prises en compte dans les différentes études du phénomène. La seconde méthode pour mener à bien cette analyse des espaces privés consiste à ne pas mener d'entretiens formels qui donnent des réponses tout aussi formelles. Ce type d'interactions laisse place aux conversations banales de la vie quotidienne et est porteur d'une profondeur sociale. Les conversations de femmes dans un cadre familial, les conversations entre amis autour d'un verre sont les moments les plus propices pour saisir les hidden transcripts de la société Mosuo. En s'efforçant de rassembler les fragments du discours subalterne (Scott, 2008), on s'aperçoit que les Mosuo, parce qu'ils utilisent différents langages (vernaculaire, officiel, politiquement correct ou critique), se situent justement dans ces différentes strates du discours. En présence des touristes ils parleront le chinois mandarin ; entre eux ils parleront le langage Na inintelligible à toute personne non familière de cette langue orale ; avec les touristes ils se comporteront en hôte et utiliseront le discours de la mise en scène ; lorsqu'ils se retrouvent entre Mosuo ou dans mon cas en présence de personne de confiance, ils auront un discours critique envers les touristes. L'écart entre l'informel et le formel, le qualitatif (discours) et le quantitatif (chiffres officiels) constituent alors le matériau intéressant pour une analyse anthropologique des relations de pouvoir.

Cependant pour entrer dans la profondeur multiscalaire des relations de pouvoirs au sein du phénomène touristique d'autres niveaux de l'activité touristique doivent être interrogés et parmi ceux-ci l'expérience touristique. Facteur de changement social, le vecteur d'altérité qu'est la rencontre entre visiteur et visité doit prendre en compte l'aspect interactionnel de la

transaction touristique comme nœud d'articulation entre les enjeux symboliques, les représentations, les processus identitaires (Amirou, 1995, Wood 1997). Une simple observation lors des fêtes nocturnes organisées à l'intention des touristes permet de mettre en relief les relations de pouvoir, souvent remobilisées en résonance par les Mosuo qui instrumentalisent le comportement des touristes à leurs avantages. Dans ce cas, l'observation participante et les entretiens informels s'avèrent encore une fois être des outils méthodologiques adéquats. Au fil des visites, les Chinois sont généralement friands de partager leur expérience touristique et leurs impressions, au gré des visites et des interactions. Les observer dans cette expérience boulimique de découverte de l'Autre montre également des situations de consommation évidente.

Bien sûr, la complexité et le caractère politique du tourisme, nécessite de s'intéresser aux discours institutionnels et aux discours des principaux décideurs et entrepreneurs du tourisme. L'éminente politisation de cette sphère en Chine nécessite d'utiliser des entretiens plus formels et semi-directifs dans le cas des décideurs et toujours informels dans le cas des entrepreneurs plus réticents que d'autres à confier les rouages de leur entreprise. Ces outils parce qu'ils permettent de structurer le langage dans une dimension largement dominée par le « politiquement correct » offrent l'occasion aux personnes questionnées de répondre sans compromettre leur position.

Ces différentes approches permettent de s'intéresser aux niveaux de discours tangibles dans les relations de pouvoirs du phénomène touristique et donc

Comment penser les relations de pouvoir dans le tourisme chinois ?

L'intérêt de ma recherche tient en l'analyse du phénomène touristique et de ses implications sur la société locale. Depuis longtemps celui-ci a été décrit en Chine et ailleurs, comme un lieu tangible de relations de pouvoir inégales, entre par exemple visiteurs et visités, État et société locales. C'est d'ailleurs en ce sens que le numéro d'*Anthropologie et société* (2001) et celui de *Civilisations* (2008) ont concentré leurs efforts. Si les théories de l'impact sont toujours susceptibles de permettre une analyse du phénomène touristique, ces numéros féconds qui ont particulièrement insisté sur les enjeux contemporains de la transaction touristique en mettant en avant la relation asymétrique entre visiteurs et visités et les implications multi-scalaires corollaires, montrent des alternatives possibles pour étudier ces rapports de forces qui s'y jouent.

IV. Stratégie de développement et rapports de pouvoir dans le tourisme

L'apparition des premiers congés payés octroyés pour les grandes fêtes nationales (Nyiri, 2006), ce temps libre propre aux pays industrialisés, ont propulsé le tourisme comme outil stratégique de la modernisation des espaces ruraux intensifiant par la même occasion la dépendance aux lois du marché (Xu, 1999, p.5).

Depuis les années 1980, la Chine pense ainsi le tourisme comme synonyme de bénéfices économiques rapides et de développement régional (Arlt, 2006, p. 84 ; Goodman, 2004), bien moins coûteux que d'autres activités (Oakes, 1998). Lorsque le China National Tourism Administration (CNTA) annonça 2006 comme année du tourisme rural, un développement d'infrastructures touristiques sans précédent marqua les espaces ruraux (Gao et al., 2009) à l'image de l'émergence des *scenics spots* (Nyiri, 2006).

Au lac Lugu, aux alentours de l'année 1994, un changement sémantique du nom de la région du lac Lugu fut opéré pour que l'ancien nom *Yanhai xiang* (嫣海乡) soit remplacé par *Lugu hu* (泸沽湖), une stratégie servant sans doute la volonté de développer la région (Harrell, 2001, p.219). Le tourisme devenu ainsi un outil stratégique de développement (Lew et al., 2002 ; Sofield et Li, 1994, Kolas, 2008), se conjugue aux politiques gouvernementales de l'ethnicité définissant la nation chinoise moderne (Byrne, 1990 ; Oakes, 1997,1998 ; Gladney, 2004 ; Nyiri, 2006; David 2007) en mettant en exergues des différences culturelles (Walsh, 2005). L'État est ainsi aujourd'hui à l'origine d'un véritable « patrimoine national » fait de *Mingsheng* (名胜), des « paysages et des lieux célèbres » (Leicester, 2008).

À tort ou à raison, le tourisme s'inscrit pleinement en Chine dans une politique d'État de développement des minorités considérées comme arriérées.

« Afin de renforcer l'unification de la mère patrie et l'unité des nationalités, afin de construire le pays comme une grande famille où il y aura une égalité complète et une autonomie régionale pour les nationalités, les peuples minoritaires seront aidés pour entreprendre des réformes sociales et pour développer leur économie, leur politique et leur culture, ainsi ceux qui sont arriérés pourront rattraper ceux qui sont avancés dans la transition au socialisme (WANG Feng, 1959, p.563) »

(Poulin, 1984)

En encourageant l'émergence d'une ethnicité qui irait de pair avec les « progrès universels de la nation vers le socialisme », l'État joue, alors, un rôle majeur dans la présentation culturelle

des minorités (McKahn, 1995, p.44). Certains ont ainsi avancé l'idée de la construction, par l'État, d'une identité nationale via le tourisme (Oakes, 1998, 2010 ; David, 2007), révélant chez les touristes Han un sentiment de supériorité. (Oakes, 1998, p.52). Seul l'État moderne détient la possibilité de soumettre l'espace et les personnes dans un dernier grand effort d'intégration des peuples, de la terre et des ressources aux marges de la Chine pour les transformer en contributeurs du PIB (Reau et Poupeau, 2007, p.10). Que ce soit sous la figure du « développement », du « progrès économique » ou de l'« intégration sociale » l'objectif final est pourtant bien de mettre les dominés au service de l'État (Scott, 2008, p.126 ; 2009).

V. L'état chinois et la doctrine de l'Unesco. Quel objet pour l'étude des effets du tourisme sur les sociétés d'accueil ?

Phénomène qualifiable de colonisation éphémère, le tourisme chinois est donc bel et bien le lieu privilégié de l'expression de l'idéologie de hiérarchisation des groupes ethniques. Les touristes qui se pressent pour découvrir les Mosuo expriment souvent cette hiérarchisation dans la formule dichotomique « nous sommes modernes, ils sont traditionnels ». Une opposition dichotomique qui s'impose comme inhérente à la perception de l'autre et soutient le projet historique de sinisation au même titre que le projet civilisateur chinois (Harell, 2001 ; Thoraval 2002). Aussi, les politiques touristiques chinoises ont tôt fait d'articuler la rhétorique du « développement local », envisagée et décrite en termes exclusivement commerciaux, avec des politiques urbaines et patrimoniales (Luk, 2005 ; Gao, Huang, Huang, 2009), liant de fait l'augmentation de compétition économique, aux questions de culture et de patrimoine. Des impératifs politiques, directement liés aux questions de pouvoir, puisqu'ils servent à faire rejoindre les minorités « arriérées » à la « norme » chinoise civilisée par une logique paradigmatique de progrès. À ce titre, la collusion de fait que Saskia Cousin dévoile dans les politiques de l'UNESCO, entre patrimoine et culturel, soulignant que le concept de patrimoine « englobe » les notions de paysage, d'ensembles historiques, de sites naturels et bâtis aussi bien que les notions de biodiversité, de collections, de pratiques culturelles traditionnelles ou présentes, de connaissance et d'expérimentation « (Icomos 1999, p.1) » (Cousin, 2008, p.47), fait partie intégrante de la rhétorique du tourisme en Chine et permet de proposer une mise en tourisme pour le moins surprenante.

Pour entrer au lac Lugu, il faut s'acquitter d'un droit de passage. Chaque touriste est tenu d'acheter son billet d'entrée au lac. Sur ceux-ci, chacun peut lire en chinois comme en anglais cette rhétorique patrimoniale qui suppose que paysage, site naturel et Mosuo, font du site un

Mingsheng chinois, un *scenic spot* (Leicester, 2008 ; Nyiri, 2006)⁸⁵. Cette confusion patrimoniale permet de faire d'un lieu d'habitation, sous couvert de la mise en patrimoine d'une réserve naturelle, un lieu touristique, à l'image des parcs des minorités de Kunming ou de Shenzhen. À une centaine de kilomètres, à Lijiang, ville symbolique du Minzu Naxi auquel sont rattachés les Mosuo, cette rhétorique a pris racine depuis longtemps, puisque la ville a été sacralisée par une inscription au patrimoine mondial de l'UNESCO en 1997 (Guyader, 2009) et que le prestige d'un tel classement a amené un engouement certain pour le « patrimoine » local. Chaque jour, durant la période estivale la ville voit déferler des vagues de touristes. Aujourd'hui la ville de Lijiang rencontre des difficultés à réguler un tourisme chinois toujours plus pressant et consommateur (White, 2010). Les transformations ont été telles ces dernières années que le remodelage des économies locales à travers le tourisme a occasionné des bouleversements majeurs en ce qui concerne le tissu social, les catégories culturelles et les discours identitaires des Naxi (Guyader, 2008 ; White, 2010). Les rues de Lijiang, où il m'est nécessaire de faire escale avant d'atteindre le lac Lugu, sont envahies par des hordes de touristes venues vivre les nuits fantasmées comme bouillonnantes de la Ville. Une fois Lijiang expérimentée, c'est au lac Lugu que ces touristes s'en vont, dans l'optique de rencontrer « un soi simple et ancien » (McKhann, 2001, p.36), aux mœurs plus légères, susceptibles d'être plus avenant à un échange luxurieux, selon les dires de certains touristes en quête d'une rencontre amoureuse. Les interactions sporadiques mais intenses qui se jouent entre touristes et visités permettent le constat qu'il s'agit bien plus d'un tourisme de masse (numériquement comme consommatoire) que d'un tourisme promu comme culturel (qui se voudrait idéalement procéder d'une logique inverse).

VI. Entre rhétorique du tourisme culturel et théories de l'impact, quels autres espaces pour examiner la relation touristique?

D'une rhétorique de l'humanisme universel à la promotion de la diversité culturelle, l'UNESCO a encouragé le tourisme culturel comme une forme idéale de tourisme, parce que postulé comme vecteur de développement et plus attentif aux populations locales (Cousin, 2008). L'influence normative et conceptuelle de la rhétorique dominante du système de développement promu par l'UNESCO a ainsi tôt fait du tourisme, non plus un instrument valorisé par l'institution, mais une composante en légitimant son existence (Cousin, 2008). En somme, le tourisme est considéré comme une voie d'échanges autant économique que culturel, ce que de célèbres anthropologues ont d'ailleurs soutenu, en plaidant en faveur des

⁸⁵ 泸沽湖以其独特的摩梭风情和秀丽的山水风光被而列为国家级风景名胜、省级旅游区和省级自然保护区。

conséquences positives que le développement économique et la revitalisation par le tourisme pouvaient engendrer sur la culture locale (Cohen, 1979 ; Smith, 1989). Le caractère mélioratif qu'on lui attribue souvent est explicitement devenu aujourd'hui une marque de prestige à l'origine d'une véritable course à la labellisation (Nyiri, 2006). Il a pour corollaire de mettre en avant la nécessité d'une irrémédiable avancée et cache parallèlement les changements sociaux majeurs susceptibles de modifier profondément le tissu social des sociétés receveuses. Le tourisme est donc d'abord vu du point de vue économique et utilitaire ce qui a entraîné son analyse à réduire la capacité d'agir des visités à une simple réaction (Picard et Michaud, 2001). De plus, l'analyse de la rhétorique développementaliste n'a eu que peu de place dans un système dont le souci majeur est l'intégration des plus pauvres à l'économie de marché. En d'autres mots, les politiques institutionnelles ont permis d'ancrer dans le sens commun et les travaux anthropologiques cette idée que de la mesure des effets du tourisme.

C'est à ce titre que de nombreux anthropologues se sont attachés à étudier les impacts du tourisme sur les sociétés receveuses. Le paradigme développementaliste ayant tant et si bien imprégné l'imaginaire international, le travail des anthropologues ne pouvait que s'attacher à montrer les effets de celui-ci. Au fondement du paradigme de l'impact est le constat d'une inégalité des flux touristiques se dirigeant des pays « émetteurs » vers les pays « récepteurs » (Cousin, 2008, p.45). Ce rapport dichotomique, si prompt soit-il à mettre en évidence une problématique majeure du tourisme, a pour objet de mesurer l'interaction culturelle au prisme unique de la notion de culture. Le changement social est donc ici lié au culturel et non au social. Promulgué comme tel par l'UNESCO, le changement social est perçu sous l'aspect mélioratif de progrès et non d'altération d'un système donnant sens aux pratiques sociales. Cette « impasse intellectuelle qui conduit à un jugement de valeur à priori sur ce qui relève de la culture ou du culturel » n'est que le phénomène visible des effets du tourisme (Cousin, 2008, p.42). La notion de culture, perçue comme système clos dont les moyens de résistances semblent nuls, est entachée d'un subjectivisme et répond donc à des usages sémantiques qui peuvent varier selon les traditions disciplinaires, intellectuelles et tout simplement du sens commun.

Le système de visite nocturne des hommes chez les femmes la nuit venue, bien plus large que le simple fait culturel qu'on lui attribue dans l'espace touristique, est le pivot de la société Mosuo (Shih, 2000, p.701). Il semble approprié à ce titre de changer d'objet et de saisir le changement social non pas sous l'angle d'un simple fait culturel, mais sous l'angle de relations

sociales qui se nouent ou se dénouent à différentes échelles. Le traitement social de la question touristique, intrinsèquement lié aux relations de pouvoirs, permet d'élargir le débat à une dimension plus large et féconde soustraite du biais heuristique qu'engage la notion de culture. Le champ fécond de l'étude des impacts du tourisme permettrait alors de saisir les phénomènes sociaux dans un ensemble ouvert et dynamique d'interactions et de relations sociales, politiques et économiques (Docquet, 2010).

De la folklorisation à la capacité d'agir des visités

VII. Mise en scène

Une fois l'accent mis sur la préservation des cultures de concert avec les programmes de l'UNESCO (Guyader, 2009, p.59 ; McKhann, 2001) c'est à une « mise en scène performé » de leurs « traditions » que se sont livrés les Mosuo et les Minzu en général (MacCannell, 1992). Le tourisme, parce qu'il articule des représentations et des imaginaires dans un « rituel moderne » (MacCannell, 1992), permet de saisir la revitalisation de certains traits propres à une population donnée (connus dans la littérature anthropologique comme marqueurs de l'identité/ marqueurs ethniques / badges de l'ethnicité) et l'instrumentalisation de ceux -ci dans un but économique. En Chine, il donne lieu à une idéologie « pseudo-culturaliste », « promoteur de la culture » (Grillot, 2001.), en puisant dans la base de données culturelle et folklorique des Minzu (Guyader, 2009, p.64). La mise en tourisme engage, en effet, les groupes minoritaires chinois dans une folklorisation de leur identité ethnique ou culturelle (Lavoie, 1986 ; Grillot, 2001) où l'État tient encore une fois le rôle majeur (McKhann, 1995, p.44). Il s'agit d'une « seconde révolution culturelle » (Dirlik, 2001) qui participe du clivage entre visiteurs et visités. Ainsi sous l'aspect de la folklorisation, les coutumes autrefois jugées rétrogrades ont été mises sur le marché. Souvent, si les élites minoritaires, acteurs majeurs de la mise en tourisme, participent au nom « de l'unité de la culture nationale » et de leur « marginalité culturelle » (Goudineau, 2000, p. 23) au tourisme, c'est par une stratégie qui se construit autour de « la contradiction entre le désir d'authenticité du touriste et le désir de modernité du village (a été) gérée dans la mise en scène élaborée de la tradition, de la consommation et du commerce qui a accueilli les touristes au village » (Oakes, 1998, p.11). En considérant qu'il y a « ce que le tourisme international [dans notre cas National] fait à une société locale, mais encore ce que cette société particulière fait du tourisme » (Picard, 1992, p.118), on peut postuler qu'il existe plusieurs espaces sociaux de mise en scène de ces identités déployées dans le cadre du tourisme, qui dévoilent des relations de pouvoir difficilement perceptibles parce que symboliques (Evrard, 2006).

Lors des fêtes nocturnes qui ponctuent chaque soir la visite des touristes dans les villages situés autour du lac Lugu, les Mosuo consentent à jouer le jeu rituel de la présentation publique de soi aux touristes à travers la folklorisation de leurs coutumes. Cette présentation est bien plus un artefact de leur « culture », caractéristique en Chine de la rhétorique identitaire, jouée *onstage* par mimesis (Adams, 1996) que d'une réelle présentation de soi. Le tourisme, induit, ici d'utiliser un texte public, conforme aux politiques culturelles en matière de Minzu, largement constitué de traditions inventées ou réinventées (Harrell, 2001, p.187) qui ont pour valeur de répondre aux attentes Han. Cet espace, supposément contrôlé par le pouvoir en place, à travers une rhétorique d'harmonie de la société chinoise est en réalité plus complexe qu'il n'y paraît.

La situation de domination des Minzu et autres groupes minoritaires en Chine, puisque soumis aux politiques étatiques établis à leur endroit, contraint les Mosuo à utiliser le texte public sous forme de stratégies et de jeux identitaires, compartimentant ainsi leur visibilité culturelle. James Scott apporte un éclairage sur ces situations de domination en montrant que les dominés se comportent selon une logique de « performance publique » qui cache une dimension où « des propos, des gestes et des pratiques (qui) confirment, contredisent ou infléchissent, hors de la scène, ce qui transparaît dans le texte public » (Scott, 2008, p.19). En somme, face à des dominants, ils jouent un « texte public » qui sous l'aspect culturel, est en adéquation avec le discours des dominants. C'est ce que représentent les joutes oratoires de chant qui opposent touriste et Mosuo lors des fêtes nocturnes. Contrôlées entièrement par les Mosuo, ces joutes cachent un message ironique et offre un espace qui constitue ce que James Scott nomme des lieux de soupape où la critique de l'ordre établi n'est pas réprimée (Scott, 2008). Les Mosuo ont l'occasion de montrer qu'ils sont bien plus civilisés qu'on le laisse croire en chantant les mêmes dernières chansons à la mode que les Chinois et en chantant les grands classiques chinois. Ils rejoignent d'un coup la supposée civilisation des Han. Ces joutes oratoires permettent également d'exprimer la particularité Mosuo au travers de chants, qui même s'ils sont retravaillés dans le but de correspondre aux critères de la présentation minoritaires imposés par le haut, offrent un espace direct d'expression de la société Mosuo. La plupart du temps, ces chants répondent aux critères d'excellence de la musique chinoise. De plus, depuis quelques temps de jeunes garçons Mosuo, se font compositeurs et proposent de nouvelles chansons, ouvrant ainsi de nouveaux espaces d'expressions. Ici, la double instrumentalisation de l'identité par le politique et les minoritaires ouvre un espace de compromis.

L'existence de cette dimension sociale loin de se réduire aux aspects culturels mis en avant sur la scène publique, non perceptible à l'œil rond des touristes, montre une dimension sociale qui instrumentalise le culturel. L'identité Mosuo telle que présentée, si elle peut aboutir à une reconfiguration locale susceptible de modifier durablement le tissu social, n'est pas pour autant vouée à la disparition puisqu'elle constitue selon Sherry Ortner un « empowerment and as the basis of pursuing « projects » within a world of domination and inequality » (Ortner, 2006)

VIII. Outils pour saisir la dimension cachée et l'agencité des acteurs

Accepter l'idée selon laquelle les êtres humains sont au centre des actions qui affectent de manière significative leur cadre de vie, permet d'admettre que quels que soient les degrés de pouvoir, chaque individu possède une marge d'action dont il faut tenir compte. Les minoritaires ne subissent donc pas passivement ce qui est imposé. La dimension sociale qui se multiplie au travers de *transcripts* (Scott, 2008), de scènes (Goffman, 1973) nécessite donc différentes approches

L'étude des relations de pouvoir et de situation de domination pointe souvent un discours public des dominants au détriment d'une infra-politique qui serait l'apanage des dominés (Scott, 2008). Pour déceler cette dimension cachée, James Scott préconise la recherche de trois éléments : 1) « un espace social donné et (à) un ensemble d'acteurs particuliers » ; 2) un espace qui ne « recouvre pas seulement des paroles, mais un ensemble de gestes et de pratiques » ; 3) une frontière entre textes publics et privés formant « une zone de lutte constante entre dominant et subordonnés - mais ne constitue pas un mur solide » (2008, p. 28).

Pour dégager la logique de ces dimensions, James Scott propose de rechercher plusieurs types de discours. Les discours politiques des dominés peuvent être ainsi divisés en quatre catégories : 1) le discours public qui reprend le texte public des dominants ; 2) le texte caché des dominés ; 3) un discours se situant à l'intersection des deux et qui serait de l'ordre de l'anonymat, du déguisement. Ce discours serait à double sens ou masquant l'identité des acteurs ; 4) et enfin le discours qui dépassent la limite entre texte caché et texte public.

Ce texte caché permet de ne pas lire les dynamiques locales sous la seule lentille de l'oppression de l'État qui omet la capacité d'agir des visités (Byrne, 1989 ; Kolas, 2008). En réalité, les dominés n'adhèrent jamais totalement aux justifications idéologiques des situations de domination dans lesquels ils vivent et qui, à l'inverse des stratégies déployées par les dominés, fonctionnent avant tout au niveau de la pensée et non de l'action (Scott, 2008). Les

Mosuo, dans cette transaction touristique, se situent justement dans l'action. Lors des fêtes nocturnes, ils consentent à jouer leur identité dans un jeu rituel avec les touristes, en se mettant en scène à travers une folklorisation, pour deux raisons. La première est celle qui leur permet d'entrer dans un rapport marchand qui permet en réalité le développement économique local et le gain de devises (Smith, 1989 ; Byrne Swain, 1990, Byrne Swain, 2010) pour acquérir les biens fantasmés de la modernité. La deuxième est la possibilité d'agir sur la réinvention de leur tradition dans l'espace du tourisme contrôlé par les dominants. Ce phénomène répond à un « double mouvement d'intégration des économies et de réaffirmation des identités [...] locales » (Godelier, 2008, p.61). Les Mosuo se sont donc adaptés à la demande pour se rendre plus visible et entrer dans l'économie de marché qui leur permettrait d'acquérir les biens d'une certaine modernité fantasmée.

Si le texte caché est la conséquence directe du rapport de domination, l'existence d'un décalage entre les deux permet de développer un texte plus autonome. C'est ce que Kolas (2008) démontre en mettant en lumière un aspect souvent omis de la transaction touristique : la faculté pour les visités de renégocier la culture et de remodeler dans leurs sens leur identité en réponse aux imaginaires projetés et introjetés. Cette forme de capacité d'agir, de résistance qui n'opère ni en disjonction totale ni dans l'optique d'un bouleversement profond est bien cette forme « of pursuing « projects » within a world of domination and inequality » (Ortner, 2006), saisissable au travers du concept de «logique de reproduction ou de subsistance» (Olivier de Sardan, 1995)

IX. Conclusions

Le tourisme, présenté comme une forme idéale d'échange culturel et marchand, est largement dominé par des logiques de dominations et de mise en marché, dont les forces structurantes se complètent d'action locale à la fois légitimantes et subversives. Ces éléments imperceptibles de premier abord peuvent être mis en perspective par l'ethnologie qui offre une variation de la question touristique prenant davantage en compte les jeux des intersubjectivités en interaction et de la reconnaissance. Cela permet d'étudier avec beaucoup de profit les expériences, les vécus et les positionnements locaux. Au carrefour d'une dimension publique des politiques de développement, de la capacité d'agir des acteurs locaux, et des rapports de dominations inhérents au tourisme, la complexité difficilement extirpable des différentes logiques peut être extirpées avec profit grâce au champ large et fécond des théories de la pratique de James Scott. Les outils théoriques qu'il offre, fondés sur l'analyse de sociétés dans lesquelles il n'existe pas d'espace public où contester

légitimement l'ordre existant, se placent dans la continuité des micro-politiques de Foucault ou des arts du quotidien de De Certeau et présentent l'avantage de saisir l'infrapolitique des pratiques de résistance trop souvent ignorée ou méprisée par les penseurs précédents des théories du pouvoir⁸⁶.

L'approche proposée si elle n'est pas nouvelle, réitère la nécessité de reconceptualiser les théories de l'impact hors d'une épistémologie dualiste, en montrant que l'évidence présumée qui postule la domination idéologique des élites si efficace parce que leurs valeurs et leurs représentations seraient nécessairement adoptées et incorporées par les dominés, n'est pas l'unique voix (voie) par laquelle le changement social peut être pensé. Proposant ainsi des outils méthodologiques et conceptuels permettant de saisir l'aspect social du phénomène touristique et l'agencéité des acteurs.

⁸⁶ Je pense à Bourdieu en particulier

Bibliographie

- ADAMS, Vincanne, *Tiger of the snow and other virtual Sherpas*, Princeton, Princeton university press, 1996.
- AMIROU, Rachid, *Imaginaire touristique et sociabilité du voyage*, Paris, PUF, 1995.
- ANDERSON, Benedict R., *Imagined communities : reflections on the origin and spread of nationalism*, London ; New York, Verso, 1991.
- ANGELOFF, Tania, *Histoire de la société chinoise: 1949-2009*, Paris, La découverte, collection Repères, 2010.
- ARLT, Wolfgang Georg, *China's outbound tourism*, Abingdon, Oxon ; New York, NY, Routledge, 2006.
- BYRNE SWAIN, Margaret, « *Commodized ethnicity for tourism development in Yunnan*», in Michaud, J. and T. Forsyth (dir.), *Moving mountains: ethnicity and livelihoods in highland China, Vietnam, and Laos*, Vancouver: UBC Press, 2010.
- BYRNE SWAIN, Margaret, "Commoditizing ethnicity in southwest China", *Cultural Survival Quaterly*, vol. 14, 1990.
- CAI, Hua, *Une société sans père ni mari : les Na de Chine*, Paris, Presses universitaires de France, 1997.
- COUSIN, Saskia, « *L'unesco et la doctrine du tourisme culturel*», *Civilisations*, vol. 57, n°1-2, pp. 41-56, 2008.
- COUSIN, Saskia, REAU, Bertrand, *Sociologie du tourisme*, Paris, La découverte, 2009.
- DAVID, Béatrice, « *Tourisme et politique: la sacralisation touristique de la nation en Chine*», *Hérodote*, vol. 125, n°2, pp. 143-156, 2007.
- DIRLIK, Arif, « *Markets, power, culture. The making of a second cultural revolution*», *Asian studies review*, vol. 25, n°1, 2001.
- DOCQUET, Anne, « *La force de l'impact* », *EspacesTemps.net*, Textuel 18.02.2010. <http://espacestems.net/document7988.html>, 2010
- DOCQUET, Anne et EVRARD, Olivier, « *Introduction*», *Civilisations*, *Tourisme, mobilités et altérités contemporaines*, vol. 57, pp. 9-22, 2008.
- EVRARD, Olivier, « *L'exotique et le domestique. touristes du Sud: Réflexions depuis la Thaïlande*», *Autrepart*, vol. 40, pp. 151-167, 2006.
- GAO, Shunlin, HUANG, Songshan et HUANG, Yucheng, "Rural tourism development in China", *International journal of tourism research*, vol. 11, pp. 439-450, 2009.
- GLADNEY, Dru C., "Representing Nationality in China: Refiguring Majority/Minority

Identities", The Journal of Asian Studies, vol. 53,n°1,pp. 92-123,1994.

GODELIER, Maurice, *Communauté, Société, culture: trois clefs pour comprendre les identités en conflits*, Paris, CNRS, 2008.

GOFFMAN, Erving, *La mise en scène de la vie quotidienne*, Paris, Éditions de Minuit, 1973.

GOODMAN, David S. G., *China's campaign to «open up the West», National, Provincial and local perspectives*, Cambridge, Cambridge university press, 2004.

GOUDINEAU, Yves, « *Ethnicité et déterritorialisation dans la péninsule Indochinoise: considération à partir du Laos*», *Autrepart*, vol. 14,pp. 17-31,2000.

GRILLOT, Caroline, « *L'impact de la folklorisation dans l'expression identitaire, La fête de Guzang chez les Miao de Xijiang*», *Ateliers*, vol. 24,pp. 69-86,2001.

HARRELL, Stevan, *Ways of being ethnic in Southwest China*, Seattle ; London, University of Washington Press, 2001.

HOIVIK, Tord et HEIDBERG, J, « *Tourisme entre le centre et la périphérie et autodépendance*», *Revue internationale des sciences sociales*, vol. 32,n°1,pp. 74-108,1980.

HUBINGER, Vaclav, « *Anthropologie et modernité* », *RISS*, vol. 154,1997.

KOLAS, Ashild, *Tourism and Tibetan culture in transition : a place called Shangrila*, London ; New York, Routledge, 2008.

LAPLANTINE, François et DE SINGLY, François, *La description ethnographique*, Paris, Armand Colin, 2005.

LAVOIE, Gervais, « *Identité ethnique et folklorisation: le cas des mongols de Chine* », *Anthropologie et société*, vol. 10,n°2,pp. 57-74,1986.

LEW, A et al (dir.), *Tourism in China*,New-York, London, The Haworth hospitality press, 2002.

MACCANNELL, Dean, *The tourist : a new theory of the leisure class*, New York, Schocken Books, 1992.

MCKHANN, Charles F., « *The Naxi and the Nationalities Question*», in Harrell, S. (dir.), *Cultural Encounters on China's ethnic Frontier*, Washington: University of Washington,1995.

MCKHANN, Charles F., « *Tourisme de masse et identité sur les marches sino-tibétaine*», *Anthropologie et société*, vol. 25, n°2,pp. 35-54,2001.

MICHAUD Jean, « *Anthropologie et société locale au fil des textes* », *Anthropologie et société*, vol. 25,n°2,pp. 15-33,2001.

NASH, Dennison, *Anthropology of tourism* Oxford, New-York, Pergamon, 1996.

- OAKES, Tim et SUTTON, Donald S. (dir.), *Faith and Display, Religion tourism and the Chinese state*, Lanham, Rowman & Littlefield Publishers, 2010.
- OAKES, Tim, *Tourism and Modernity in China*, Taylor & Francis, 1998.
- OLIVIER DE SARDAN, Jean-Pierre, « *La politique du Terrain, sur la production des données en anthropologie* », Les terrains de l'enquête, vol. 1, pp. 71-109, 1995.
- ORTNER, Sherry B., *Anthropology and Social Theory: Culture, Power, and the Acting Subject*, Durham, NC: Duke University Press, 2006.
- PICARD, Michel et MICHAUD, Jean, « *Présentation: tourisme et société locales* », Anthropologie et société, vol. 25, n°2, pp. 5-13, 2001.
- PICARD, Michel, *Bali, tourisme culturel et culture touristique*, Paris, L'harmattan, 1992.
- POULIN, Richard, *La politique des nationalités de la République populaire de Chine de Mao Zedang à Hua Guofeng*, Québec, éditeur officiel du Québec 1984.
- REAU, Bertrand et POUPEAU, Franck, « *L'enchantement du monde touristique* », Actes de la recherche en sciences sociales. Nouvelles frontières du tourisme ?, vol. 170, n°2007/5, pp. 4-13, 2007.
- ROSE, Gillian, « *Situating knowledges: positionality, reflexivity and other tactics* », Progress in Human Geography, vol. 21, n°3, pp. 305-320, 1997.
- SANJUAN, Thierry, « *Le monde chinois en redéfinition. D'un empire autocentré à une identité culturelle multipolarisée* », Géoeconomie, vol. 18, pp. 21-35, 2001.
- SCHEIN, Louisa, « *Gender and Internal Orientalism in China* », Modern China, vol. 23, n°1, pp. 69-98, 1997.
- SCOTT, James C., *La domination et les arts de la résistance : fragments du discours subalterne*, Paris, Amsterdam, 2008.
- SCOTT, James C., *The art of not being governed : an anarchist history of upland Southeast Asia*, New Haven, Yale University Press, 2009.
- SHIH, Chuan-kang, « *Tisese and Its Anthropological Significance: Issues around the Visiting Sexual System among the Moso* », L'Homme, vol. n°154/155, pp. 697-712, 2000.
- SOFIELD, H. B. et LI, F.M.S., « *Tourism Development and Socio-cultural Change in Rural China* », in SEATON, A. V. and al (dir.), *Tourism : The State of the Art*, chichester: Wiley, pp. 854-867, 1994.
- URBAIN, Jean-Didier, *L'idiot du voyage*, Paris Payot, 1993.
- WALSH, Eileen Rose, « *from Nü Guo to Nü'er guo: Negotiating desire in the land of the Mosuo* », Modern China, vol. 31, 2005.

WHITE, Sydney D., « *The political economy of ethnicity in Yunnan's Lijiang Bassin*», *The Asia Pacific Journal of Anthropology*, vol. 11, n°2, pp. 142-158, 2010.

WOOD, Robert E., « *Tourism and the state: ethnic options and constructions of otherness* », in PICARD, M. and R. E. Wood (dir.), *Tourism, ethnicity and the State in asian and pacific societies*, Honolulu: University of Hawaii press, 1997.

XU, Gang, *Tourism and local economic development in China - Case studies of Guilin, Suzhou and Beidaihe*, Richmond, Curzon Press, 1999

3.6. Genre, ressources, identités et développement touristique dans le Haut Atlas : Le cas des associations et des coopératives féminines

Wafaa TIZZA

Université Cadi Ayyad et université de Genève

Wafaa TIZZA (tizza.wafaa@gmail.com) est doctorante en cotutelle à l'Université Cadi Ayyad (Tourisme, patrimoine et gestion territoriale) et à l'Université de Genève (-Sciences Economiques et Sociales, Mention Géographie). Professeur au ministère de l'Education Nationale : Littérature française et enseignement spécialisé en tourisme. Titulaire d'un double master :

-un Master spécialisé en Tourisme, Patrimoine et Développement durable à l'Université Cadi – Ayyad, Marrakech dont le Sujet de mémoire : Quel tourisme pour quel développement humain et social à Essaouira et son arrière pays ?

-un Master en Economie et management, à finalité professionnelle, mention Management du Tourisme à l'Université de Perpignan Via Domitia, France. La thèse s'inscrit dans le cadre d'un projet de recherche subventionné par le fond national (suisse) de la recherche scientifique MIST.AA « Le défi de la marginalité et de l'identité collective dans les stratégies de développement du tourisme durable. Etudes de cas dans les montagnes du l'Atlas (Maroc)et de l'Aïr(Niger) ». Participant à différentes rencontres et séminaires de niveau doctoral en Suisse s'intégrant dans le cadre de la recherche doctorale. Et aussi à des séminaires de formations dans le cadre de la fonction d'enseignante en enseignement fondamental et spécialisé en tourisme.

Résumé

Le rôle et la situation de la femme dans le milieu montagnard du haut Atlas connaît des changements depuis que le gouvernement marocain s'est assigné de nouvelles orientations à considérer la femme une citoyenne autant que l'homme. A travers des stratégies de développement locale orientés vers les activités génératrices de revenus s'appuyant sur le tourisme comme activité complémentaire à l'agriculture, la population féminine a pu se démarquer et exprimer sa volonté d'implication à travers une participation modeste mais très déterminée, assoiffée aux changements dans un cadre respectant les coutumes et les traditions, aspirant à améliorer sa situation et celle de son foyer pour participer activement au développement économique et sociale de sa communauté. La problématique de notre recherche est portée sur le rôle des associations et coopératives féminines(ACF) du point de vue de ce qu'elles apportent et doivent au tourisme en termes de contributions culturelles. Ainsi que les effets des initiatives publiques, du niveau international au niveau régional en passant par le niveau national, qui visent à donner une place et une reconnaissance accrue au statut de la femme, en replaçant le tout dans une analyse de l'évolution de la question du genre, du développement et des enjeux identitaires dans trois communes du Haut Atlas retenues sur des critères précis.

Les mots clés : Femmes – genre - tourisme durable – projet de développement – régions de montagne- identités – ressources.

Abstract

The role and place of women in the High Atlas mountainous of Morocco environment is paramount especially since Morocco has set itself the task of considering women as much a citizen as men. With the new guidelines promoted by the government and foreign NGOs, the rural women were steered to play a pivotal role in the functioning of food production units and craftsmanship through women's associations or cooperatives geared for tourism. In addition to local development strategies oriented towards income-generating activities based on tourism as a complementary activity to agriculture, the female population was able to stand out and express its willingness to involvement through a modest participation yet very determined , thirsting to changes in a framework that respects the customs and

traditions, aspiring to improve their situation and that of their homes to participate actively in economic and social development of its community. The general problem of the thesis will focus on the participation of Moroccan women in tourism development in the High Atlas by emphasizing the role of associations and women's cooperatives (ACF) in terms of what they bring and owe to tourism in terms of cultural contributions. And the effects of the public initiatives, from the international, and national to the regional level, aimed at providing a place and an increased recognition of the status of women, placing all in an analysis of the evolution of gender issue, development and identity issues in the corresponding regions.

Key words : Womens – gender –sustainable tourisme- project of developement – mountain regions – identities

Plan de l'article:

- I. Introduction : champ d'étude générale de la recherche et problématique de la thèse.
- II. Une approche genre en termes du développement.
- III. Genre et développement touristique dans le Haut Atlas.
- IV. Une approche genre en termes d'identité (l'intersectionnalité interrogé par l'identitaire).
- V. L'approche genre à l'épreuve de la spécificité de la montagne atlasique.
- VI. L'approche genre en zone de montagne atlasique: essai méthodologique et outils de recherche.
- VII. Les références et la bibliographie.

I. Introduction : Champ d'étude générale de la recherche et problématique de la thèse

Le genre est un concept de sciences sociales qui fait référence aux rôles et responsabilités construits par la société et attribués aux femmes et aux hommes dans un contexte donné. Ces rôles et responsabilités subissent l'influence des perceptions et des attentes découlant de facteurs culturels, politiques, environnementaux, économiques, sociaux et religieux, et aussi des coutumes, de la loi, de la classe sociale, de l'ethnicité et de préjugés individuels et institutionnels. Ces influences produisent des différences qui tendent à devenir autant de sources d'inégalités. A grande majorité, ces inégalités impliquent les femmes, elles ont été longtemps discriminées. C'est alors que s'est constitué pour la première fois la Commission de la condition des femmes au sein de la Commission des droits de l'Homme qui a pu établir un état de fait sur les discriminations exercées sur les femmes à savoir les droits politiques, les droits légaux, l'accès à l'éducation, à la formation et au travail. Ainsi la Conférence de Mexico en 1975 vient confirmer le constat que les femmes sont « *hors du processus de développement et qu'il convient de les y intégrer* ». C'est alors que s'est adopté un Plan d'action mondial indiquant les priorités et les préoccupations au sujet de la condition et le rôle des femmes. De ce fait s'est constitué un matériel de référence et des récoltes de données sur les femmes par des ONG, des fondations, des programmes initiés par certains pays du sud et subventionnés par des pays du nord. C'est la Convention de 1979 qui adopta l'élimination de toutes formes de discriminations contre les femmes. Elle deviendra un traité international en 1981. Le Maroc adhère à la Convention internationale en juin 1990 par laquelle les groupes féministes des pays du sud peuvent obtenir des changements dans les lois nationales de leur pays. Mais il a fallu attendre Mars 1999, date à laquelle le secrétariat d'Etat chargé de la Protection Sociale, de la Famille et de l'Enfance pour rendre public le projet de « Plan d'action pour l'intégration des femmes au développement ». Dans le cadre de ses nouvelles orientations politiques et de ses engagements internationaux, début des années 2000, le gouvernement marocain a entrepris des actions de lutte contre la pauvreté et l'égalité des sexes. Ces orientations et stratégies sont considérées comme catalyseur fondamental dans la promotion des projets d'activités génératrices de revenus pour l'intégration, la promotion et l'amélioration du statut de la femme rurale. Une sorte de démarche participative et de développement durable au niveau local a été lancée à travers l'encouragement et la création d'associations et de coopératives (ACF).

Tout récemment, des articles sont parus au colloque « On m'appelle à régner - Mondialisation,

pouvoirs et rapports de genre » organisé en 2003 par l'Institut universitaire d'études du développement à Genève dont l'objet était de traiter la mondialisation dans ses rapports avec le politique, en particulier en ce qui concerne les rapports de genre. Il résulte de ces travaux que les différentes « recherches-actions » menées dans les pays en développement décrites ici consistent à étudier et à améliorer l'implication des femmes dans les politiques de développement locales, ainsi qu'à prendre en compte des problèmes spécifiques à celles-ci au niveau des pouvoirs locaux et nationaux, le plus souvent détenus par des hommes peu sensibles aux problématiques de genre. Il a été constaté que la mondialisation amène une modification profonde des instances et des processus de décision, notamment au niveau étatique, dans la mesure où elle fait intervenir des acteurs supranationaux qui remettent en question les rapports de pouvoir traditionnels. Le processus de redéfinition des mécanismes et des structures de gestion des affaires publiques qu'elle entraîne a provoqué l'apparition de pratiques et de notions nouvelles dont ne bénéficient pas nécessairement la population locale et en particulier les femmes.

De ces constatations nous avons opté dans notre recherche à orienter notre problématique de recherche sur quel est donc le rôle des associations et coopératives féminines (ACF) du point de vue de ce qu'elles apportent et doivent au tourisme en termes de contributions culturelles ? Quels sont les effets des initiatives publiques, du niveau international au niveau régional et local en passant par le niveau national, qui visent à donner une place et une reconnaissance accrue au statut de la femme, en replaçant le tout dans une analyse de l'évolution de la question genre, du développement et des enjeux identitaires dans les régions correspondantes ? Vu que le système des anciennes solidarités locales se réduit de plus en plus même en milieu rural surtout avec la création des associations et des coopératives qui sont une pure création de l'Etat importé de l'étranger. Par conséquent, nous dirigerons l'analyse de notre sujet de recherche envers le rôle rural féminin en tant que facteur important et organisateur d'une nouvelle situation sociale des femmes marquant la différence. Cette différence qui est essentielle à la compréhension des phénomènes sociaux qui sont en mutation perpétuelle.

Le but général de cette recherche est donc d'identifier le degré d'implication des femmes dans les projets touristiques existants, les transformations sociales et identitaires induit par ces projets de coopératives et associations féminines. Ainsi les hypothèses avancées dans le cadrage de notre recherche se résument à trois propositions. La première aux effets limités des initiatives visant la promotion de la contribution des femmes dans le développement touristique du Haut Atlas, en raison des structures sociales et des systèmes de valeur qui

caractérisent les sociétés locales. Deuxièmes, La portée limitée des mesures incitatives des administrations nationales et des acteurs nationaux en raison de leurs faibles capacités à prendre en compte simultanément les enjeux de croissance économique, de réduction de la pauvreté et des inégalités sociales, de différentiels culturels et de promotion du statut de la femme marocaine. Troisièmes, les résultats les plus probants et les initiatives les plus prometteuses sont ceux qui parviennent à articuler les questions de genre à toutes les autres questions soulevées par le développement touristique du Haut-Atlas.

II. Une approche genre en termes du développement

Les stratégies de développement de l'Etat marocain vont à partir des années 80 mettre en avant la participation de la population et considérer les ONG internationales comme partenaires et médiateurs importants dans les projets de développement local et de la préservation des ressources naturelles. L'exemple des programmes Man&Biosphère, sous l'égide de l'UNESCO comme celle de l'arganeraie dans le sud-ouest du Maroc dont le programme tente de défendre l'idée d'une gestion raisonnée de la nature, fondée sur une approche scientifique associant les communautés locales et leurs savoirs –faire. Le Maroc fait partie des pays en développement dont les milieux ruraux ont des formes d'organisation sociale propres et héritées d'une longue histoire où les ressources naturelles sont considérées comme le fondement de l'économie qui sert à une identification culturelle, et sont localisées au sein d'un territoire dont disposent les membres de communauté. Il a été démontré la reconnaissance du rôle croissant attribué aux communautés d'usagers locaux dans le bon fonctionnement des dispositifs concertés de gestion des ressources naturelles à travers l'étude de l'évolution des politiques publiques de développement rural au Maroc(PFN,2020).Une approche pertinente dans le sens qu'on veut analyser le développement d'un territoire, suppose de porter une recherche sur les deux dimensions humaines le masculin et le féminin, en faisant l'hypothèse qu'elle permet de comprendre les différences, les points communs, les complémentarités, les limites,...etc. Il faudrait préciser que dans les projets et programmes de développement impliquant la notion genre ne doit pas être raisonnée en termes d'égalité chiffrée entre femmes et hommes aux activités de développement, mais plutôt offrir les mêmes opportunités, puisque pour la question genre, l'égalité intègre le droit à la différence. Promouvoir cette égalité c'est aider à l'épanouissement équitable de toute la société pour la faire contribuer à évoluer en fonction de ce à quoi elle aspire. Une autre théorie induisant le genre au développement est celle de l'autonomie qui est considéré : « comme une nécessaire

exigence pour réussir une intégration complète». ⁸⁷ Cette notion d'autonomie fait appel aux idées d'autorité, de liberté, d'égalité des chances, doit se comprendre dans le cadre de la lutte contre la pauvreté et l'inégalité au niveau des classes pour tous, du genre et des races. Cette théorie qui constitue un cadre d'analyse dans lequel on peut situer la position des femmes implique quatre éléments : physique, économique, politique et socioculturel ; qui sont en interrelations. Ces éléments constituent un cadre d'analyse qui tient compte des diversités de régions, de classes, de culture et de catégories de femme. Elles apportent aussi une base de données quantitative et qualitative permettant la comparaison et l'analyse. Cette dernière fournit une indication du degré d'autonomie des femmes par rapport à la place et au statut social; dans le même temps elle donne un diagnostic des problèmes, des obstacles, des points forts, des besoins et des changements opérés dû à l'implication des femmes en zone de montagne dans des activités génératrices de revenus. Pour ainsi dire que dans le développement participatif existe une notion polysémique et revêt des formes bien diverses mais renvoie toujours à l'idée que le bénéficiaire soit la communauté locale, ainsi le Research Triangle Institute(2001) définit la participation comme « l'existence de pratiques, d'espaces et d'institutions qui permettent aux citoyens, aux groupements communautaires et au mouvement associatif une implication plus active dans la gestion des affaires locales ». C'est dans cette optique que le gouvernement marocain s'est lancé dès les années 1970 dans des projets dits de « développement intégré », orientés vers la lutte contre la pauvreté et l'égalité des chances. Ce qui a obligé l'Etat marocain de s'appuyer sur les initiatives pilotes des ONG qui se sont largement diversifiées et affirmées à travers des activités orientées surtout vers le tourisme rural. Récemment, l'approche genre et l'agritourisme adopté dans les nouvelles stratégies gouvernementales, perçus comme moyen privilégié de maintenir la population locale, d'améliorer ses revenus, surtout de développer le statut et la place de la femme à l'échelle locale. Dans ce cadre le « genre » ne semble pas indiquer une prise de position sur l'inégalité ou le pouvoir. C'est une manière d'indiquer des constructions sociales selon J.Scoat (2000p.45), il ajoute que « *c'est aussi une manière de se référer aux origines exclusivement sociales des identités subjectives des hommes et des femmes* ». En recherche féministe, l'évolution des actions entreprises envers des femmes a fait naître des courants de pensée qui une à une fut critiqué ou pour ses limites ou pour son manque d'atteinte de ses objectifs fonctionnels. Les trois courants qui ont caractérisé les interventions des institutions pour l'amélioration du statut des femmes sont « *Women in Development – Women and Development- Gender and Development* ». Ils impliquent tous le rôle important

⁸⁷ Rapport consultatif N°86,1986 :58

de l'Etat dans la stratégie d'intégration des femmes au développement. Sauf que les deux premiers désignés aux acronymes WID équivalent en français à IFD (intégration des femmes au développement) et WAD à FED (Femmes et développement) ont démontré leurs limites. Car il s'est avéré qu'ils étaient trop réducteurs puisqu'ils s'appuyaient sur des présupposés scientifiquement erronés. Alors que selon H. Rouillé d'Ortefeuillet (1987) l'approche Gender and Development (GAD) lie les rapports de production aux rapports de reproduction et tient compte de tous les aspects de la vie des femmes. Cette approche s'est progressivement transformée et enrichie pour aboutir à une approche centrée sur les relations hommes-femmes et que l'on essaiera de privilégier dans notre démarche de recherche. Surtout que cette théorie considère les femmes comme agentes de changement plutôt que comme bénéficiaire de l'aide au développement. Et qu'elle prenne en compte l'apport des femmes et leur contribution à la production de biens et de services dans leur communauté. Ainsi Dagenais (1987) explique que cette recherche ne part pas des catégories du discours mais des vrais problèmes et des personnes, en particulier des femmes, dans leur contexte social, culturel et historique propre. Les recommandations en termes de développement durable ont très tôt pris en compte les questions de genre; tel qu'il est mis en avant par les conférences et les organisations internationales : la déclaration de Rio, qui a clôturé le sommet de la Terre en 1992, stipule que « *la pleine participation des femmes est essentielle à la réalisation d'un développement durable* ». Quant au programme d'Action 21, adopté à cette occasion, déclare notamment que la mise en œuvre effective du développement durable dépend de la participation active des femmes aux décisions économiques et politiques. De son côté, le PNUD propose, depuis 1995, un indice de développement humain (IDH) qui prend en compte les aspects de genre (les relations socioculturelles, économiques et politiques entre les hommes et les femmes). Cette convergence des discours intergouvernementaux trouve-t-elle son équivalent ou une quelconque forme de traduction dans les initiatives locales de développement durable dans les régions rurales des pays du sud ? Pour qu'un développement local touristique effectif intervienne, il convient que se mette en place une dynamique sociale et territoriale favorable, ainsi qu'un ensemble d'initiatives d'acteurs locaux. Les ressources humaines, hommes comme femmes, sont décisives pour accompagner un tourisme à maturité. Elles requièrent une transformation conjointe et cohérente des personnes et des organisations. Or, en matière de contribution des femmes au développement économique dans les pays du sud, les travaux statistiques d'Ester Boserup (1970) ont montré les limites des politiques de développement ayant adopté un modèle occidental dans les années soixante. Dans son analyse rétrospective des politiques économiques conduites durant la colonisation et les premières décennies

d'indépendance dans les pays d'Afrique et d'Asie, la chercheuse danoise a montré comment les politiques dites de « modernisation » ont déstabilisé l'organisation du travail des familles et ont contribué à marginaliser les femmes. Ces dernières ont souvent vu leur charge s'accroître en étant conduites à travailler davantage, à l'extérieur et à l'intérieur du foyer. Généralement, les femmes ont été « des exécutrices passives » dans les projets de développement qui met souvent l'accent sur l'amélioration des revenus. Bien que ces projets aient amélioré les revenus ou leurs ressources des femmes à court terme, à grande majorité, des échecs ont été perçus par négligence à tenir compte des multiples rôles des femmes (temps et tâches). D'autres chercheuses ont insisté sur la nécessaire prise en compte de l'articulation entre ces types de rôles et soulignent « *la multiplicité des pressions exercées sur le temps des femmes dans les familles pauvres du Tiers-monde* » dans le contexte de politiques de développement (Kabeer, 2000, p159). L'approche Genre et Développement a été développée dans le but de faire disparaître les disparités sociales, économiques et politiques entre les femmes et les hommes pour pouvoir atteindre un développement global. C'est l'échec des politiques de développement axées spécifiquement que sur les femmes qui a encore encouragé à faire évoluer dans la recherche de perception de rapport homme/femme. Comme expliqué par S.Louargant (2003,p.5) « *le courant des gender studies met en évidence le caractère différencié du vécu, de la fréquentation des espaces par les hommes et les femmes. Cette approche introduit la notion de temporalité pour mettre en lumière une variation des pratiques, des représentations, des territorialités des hommes et des femmes dans le temps et l'espace* ». L'utilisation de cette dernière notion a éclairé les recherches partant sur la place, le rôle, le statut de la femme dans les structures sociales et organisationnelles. Les deux approches “Femmes dans le Développement” et “ Genre et Développement” aux quelles s'ajoute l'articulation des besoins pratiques, les intérêts stratégiques, l'accès et le contrôle des ressources à travers des moyens et outils visent des notions comme le gender mainstreaming et l'empowerment. Dagenais et Piché(1994) l'expliquent : « *un processus par lequel, au moyen de leurs luttes contre l'oppression, les actrices et acteurs sociaux augmentent individuellement et collectivement leur pouvoir; c'est-à-dire leur autonomie et leur contrôle sur leur propre vie et dans la société* ». Cette approche genre passant par le renforcement des rôles a essayé de transformer les relations existantes entre les deux sexes en mettant l'accent sur l'auto-renforcement des rôles des femmes par les femmes elles mêmes. Il nous paraît donc clair dans notre démarche de considérer l'analyse de la contribution des différents groupes sociaux au développement économique gagne à prendre en compte les rapports de genre et à recentrer le débat sur la place des femmes dans le développement. Le constat semble d'autant

justifié pour une recherche sur le tourisme de montagne et sur le rôle spécifique des femmes dans les pratiques ayant des impacts socio-économiques et environnementaux. L'intégration de l'approche genre dans les projets de développement vise la promotion d'un développement équitable favorisant la prise de conscience et l'introduction des stratégies et des outils pour la réussite des projets ou des programmes mais aussi dans les modes de fonctionnement des institutions et des différentes formes d'organisation (associations, entreprises...). En effet, le genre n'est pas seulement une méthode d'application de projet sur le terrain mais plutôt la nécessité d'assurer l'intégration du principe et le faire accepter par la population locale qui est dans le fondement de la différence citée plus haut au sein des institutions et des organisations marocaines. Nous considérons qu'il faut faire du genre un thème transversal et promouvoir l'égalité des chances et de traitement dans les actions et les projets associatifs qui doivent être fondés sur les valeurs institutionnelles de solidarité, de justice sociale, de bonne gouvernance, d'esprit de tolérance et d'action de partenariat. S.Louargant (2003, p5) précise dans ce sens que « *les territorialités féminines...tendent à évoluer : les femmes participent de façon effective à la réalisation de projets et deviennent, par leur mobilisation actrices du territoire* » ; elle ajoute que « *les femmes ont développé sur le territoire, en s'adaptant sans cesse aux contextes locaux, de nouvelles pratiques* ». Elle ajoute dans le sens d'apporter un constat que « *l'organisation du territoire (marqué traditionnellement par une division sexuée) est déstabilisée par la mise en place de réseau d'activités féminines* ». Cet état de fait amène à la suggestion de N. Kabeer (2000p.160): « *En mettant en lumière le triple rôle des femmes on cherche à provoquer une prise de conscience de la notion genre, on attire alors l'attention sur le fait que les femmes doivent trouver un équilibre entre les différents rôles, ce qui aura des implications sur leur capacités à participer à des projets* ». Moser souligne dans ce sens « *les rôles communautaires des femmes* » qui offrent aux femmes une part d'autonomie hors de l'autorité masculine et les aident à trouver de sérieux pouvoirs de persuasion dans la négociation avec les hommes. Nous considérons pertinent d'intégrer cette notion à notre démarche de recherche par sa précision à faire surgir les différents rôles féminins, leurs implications et leurs influences dans le processus de développement d'activités génératrices de revenus. L'analyse permettra d'analyser les activités en termes de relations comportant différentes connotations d'autorité, de contrôle, de reconnaissance et de rémunération dans les rapports hommes-femmes présents dans la constitution du lien « genre et développement touristique ».

III. Genre et développement touristique dans le Haut Atlas marocain

Dans ce volet de recherche nous abordons une hypothèse portée sur les initiatives visant à promouvoir la contribution des femmes dans le développement touristique du Haut Atlas, si elles ont encore des effets limités en raison des structures sociales et des systèmes de valeurs qui caractérisent les sociétés locales. Il est donc pertinent d'aborder dans la recherche de thèse un volet portant sur le potentiel de développement de cette région de montagnes en matière de tourisme est généralement considéré comme étant considérable (Bellaoui, 1996). C'est le résultat d'un flux touristique non encadré depuis les années 60 avant que les initiatives publiques initient l'expérience pilote de développement communautaire du massif central du Haut Atlas dans le cadre d'une coopération française. Des résultats de ce projet vont profiter à d'autres régions montagneuses du Maroc. Dans les années 70, années de croissance de la demande internationale sur les produits exotiques, de nature et d'aventure, s'est engagée une réflexion au sujet de la promotion et le développement d'activité touristique de montagne au Maroc, au vu de ses nombreuses richesses naturelles, humaines et culturelles de l'espace rural. Cette inflexion suscite un intérêt manifeste chez les visiteurs et certains tours opérateurs. Dans le même temps pour faire face aux politiques nationales qui ont longuement délaissé ces zones marginalisées sont très peu développées. Depuis cette période, deux modèles de développement touristique de la région ont été mis en avant : une intensification ciblée des investissements sur les sites les plus prometteurs, ou un écotourisme diffus susceptible de bénéficier à davantage de vallées et supposé avoir des effets limités sur les sociétés locales. Les manifestations du tourisme dans le Haut Atlas sont de plus en plus présentes. Ce constat s'accorde avec une autre observation : le tourisme est né dans une montagne qui était dominée par les modes de production agro- sylvo-pastoraux, et des modes de vie de paysans et ruraux. Aujourd'hui les habitants tendent à considérer le tourisme comme une activité complémentaire de la vie rurale où l'agriculture et l'élevage continuent de jouer un rôle essentiel. Le tourisme atténue les effets de la crise socio économique rurale, contribue à maintenir une vie local menacée d'exode, permet surtout des transitions vers des perspectives renouvelées de développement économique. La question de la place des femmes dans les initiatives existantes et dans l'un ou l'autre des modèles de développement a été largement délaissée jusqu'à ce jour constaté dans les rapports des Initiatives Nationales pour le Développement Humain. Or il convient de se demander si la population féminine n'est pas, pour partie, la gardienne de la culture et de l'identité locale en raison du rôle qu'elle joue dans les activités agro-alimentaires et artisanales, dans l'adoption de nouvelles formes de production et de nouveaux comportements sociaux. Par ailleurs, à l'échelle du Maroc tout entier, on a fait le constat que les femmes du monde rural sont de plus en plus présentes dans

l'économie touristique et fort créatives dans les métiers d'artisanat, d'hébergement et d'agriculture selon le rapport des services d'agriculture (la Division de Production Agricole) qui est chargé d'encadrer, de faire le suivi de ce genre d'activité. Le site web associatif : www.tanmia.ma signale de nombreuses expériences significatives dans ce domaine. Les femmes jouent notamment un rôle moteur dans le marché pour les produits naturels, en pleine expansion, en particulier sous la forme d'associations et coopératives féminines. Mais, on a observé aussi qu'elles étaient souvent confinées dans le rôle de « exécutrices », occupant une place « discrète » dans les processus de développement. Le rapport homme-femme est donc central pour comprendre le fonctionnement et la viabilité des activités féminines génératrices de revenus destinés au tourisme. Actuellement, la situation et l'expansion de l'agritourisme intègrent les stratégies de l'Etat (Stratégie 2020). Ces dernières influent l'évolution du tourisme dans la société marocaine. Dans ce contexte, les prestations touristiques associées à la production agricole apparaissent comme une solution prometteuse pour intervenir sur les situations de précarité et de marginalisation. Pour aider aux lancements de ces activités génératrices de revenus, des aides et des subventions ont été accordés par l'Etat et par des ONG étrangères. Elles promeuvent notamment le microcrédit en subordonnant à des critères visant à une meilleure intégration socio-économique des femmes. Toutefois ce type d'approche a surtout été conduit en ville et a essentiellement visé des objectifs de réduction de la pauvreté. Ces initiatives ont peu insisté sur les effets des rapports de genre et sur le statut des femmes dans les relations sociales et culturelles qui structurent les sociétés rurales et montagnardes. Plus généralement, elles restent trop souvent abstraites et/ou loin des réalités locales en particulier au stade de la conception des programmes techniques. En conséquence, peu de femmes y prennent part et très peu d'entre-elles sont acceptées et reconnues par leurs communautés locales comme participante au développement locale. A priori, les nouvelles interventions institutionnelles et conventions nationales et internationales ont engendré des changements et des mutations socio-spatiales, structurelles et organisationnelles chez les femmes en milieu rural. Ceci pourrait-il s'expliquer seulement par le développement et les nouvelles installations touristiques et par l'arrivée de résidents étrangers ayant un mode de vie et de pensée différents. Aussi le développement des infrastructures et des moyens de communication ne seraient-ils pas eux aussi des facteurs importants dans les changements socio économiques perçus spécialement chez les femmes ? En plus, le recul des activités agricoles dues à plusieurs facteurs socioéconomiques et environnementaux contribuent-elles aussi à ces mutations observées chez la population féminines rurales ? Puisque cette dernière a toujours joué et jouent encore un rôle socioculturel important dans la gestion familiale de

l'activité agricole. Ce qu'affirme S.Louargant :« *les femmes ne sont pas étrangères à ces évolutions...Elles tentent dorénavant à trouver une place et à jouer des rôles nouveaux sur ces territoires en recomposition* » (2004, p.7). Par ailleurs, les priorités affichées en termes de développement rural au Maroc ciblent parfois, aux côtés d'enjeux d'équité sociale, des enjeux d'une autre nature, notamment de croissance économique, de patrimoine et de valorisation des identités culturelles, notamment dans les régions de peuplement berbère et montagnard. Les enjeux relatifs à l'équité entre les sexes s'en trouvent parfois relativisés en importance même si les femmes en tant qu'individus très productifs au sein de la famille et même au sein de la tribu attestent, au vu des tâches exécutées à longueur de journée, attestent de leur contribution. Plus généralement, il convient de garder à l'esprit que la question de la promotion du statut de la femme et de sa contribution au développement socio-économique reste un sujet sensible et de grande actualité politique au Maroc. Une approche genrée du développement doit-elle être spécifiée quand il s'agit de développement touristique ? En particulier, les attentes des touristes souvent issus d'autres milieux culturels, induisent-elles des pratiques de genre spécifiques ? Il est donc important de cerner et de comprendre les interrelations présentes sur un territoire dans les constructions sociales. L'installation de coopératives et d'associations artisanales féminines sur les territoires ruraux vient combler l'handicap affiché chez ces femmes en taux d'analphabétisme de presque 60%. Il faut comprendre que la création de ces coopératives et ou associations artisanales féminines sont associées à une volonté de valoriser des potentialités touristiques. Elles sont perçues comme une manière de rendre visible les savoirs faire et les innovations de femmes rurales sur un territoire donné. Actuellement, les coopératives et/associations féminines sont présentes un peu partout sur le territoire national. Leurs secteurs principaux d'intervention sont l'agro-alimentaire et l'artisanat. Leurs objectifs est de modifier à un certain niveau les représentations sociales de la femme car une grande majorité de ces dernières sont soumises à des pressions locales malgré la volonté institutionnelle : « *l'intégration active de la femme rurale et la lutte contre la marginalisation ont constitué le thème le thème de la 2^{ème} campagne nationale de solidarité contre la pauvreté. Solidarité que Sa Majesté s'est employé à enraciner et à en faire une culture de solidarité sociale depuis qu'il était Prince héritier,* » (Déclaration du Royaume du Maroc 2000). En plus des modifications introduites dans la législation marocaine dans les années 2000 et en particulier la nouvelle réforme familiale (la Moudawana) ont fait de cette question un objet de débat public et un motif de positionnement des différents acteurs politiques et sociaux. Dans ce contexte, les initiatives conduites par les institutions de recherches et les bailleurs de fond ont été stimulées et contribuent à alimenter le débat année après année. Sauf qu'il faut

s'interroger sur l'articulation de cette notion de tourisme durable et sa promotion par les organisations internationales et les ONG. N'y a-t-il pas une incohérence entre une promotion touristique appuyé par des tours opérateurs sans prendre en considération ni la promotion, ni la contribution des femmes à ce développement ?

IV. Une approche genre en termes d'identité (l'intersectionnalité interrogé par l'identitaire)

La conception du monde social développée par Jane Jenson s'inspirant du courant structuraliste et qui a essayé néanmoins de réduire sa rigidité, pourrait être notre appui d'analyse. Elle postule que les individus sont des agents capables d'activités autonomes. Mais malgré cette liberté d'action, ils n'en restent pas moins soumis aux contraintes imposées par le réseau des relations sociales dans lequel ils sont immergés. Pour elle, il ne s'agit donc en rien d'une liberté radicale et soustraite aux réalités sociales. Par rhétorique, une manipulation par les acteurs politiques et la représentation du monde qu'ils offrent à travers celle-ci. Jane Jenson(1998) ajoute que bien souvent, les structures connaissent des périodes de stabilité grâce à une régulation interne. Dans ce sens nous essaierons d'apporter une analyse sur les discours politiques récemment entretenus par le gouvernement marocain, à savoir la reconnaissance et la reconstruction des identités marginalisées notamment la femme marocaine et en particulier celle du milieu rural. Il faudrait donc intégrer la diversité culturelle et les contextes institutionnels dans l'analyse de la transformation sociologique. La femme marocaine a longtemps été considérée comme identités sociale marginalisées sur tous les plans : social, politique, économique, culturel. Les femmes ont toujours été assignées aux rôles domestiques, synonymes de reproduction et d'éducation, qu'elles soient du milieu rural ou urbain. Femmes étiquetées d'une identité sociale dominée, incluant la référence d'infériorité. Ainsi expliquée par B. Debarbieux (2006) comme étant une classification et chez les sociologues comme rôle ou catégorie « *le type d'identité attribuée ou imputée par d'autres à un individu ou à un groupe pour le situer dans une représentation de la société. Individus et groupes sont alors qualifiés en fonction d'un critère dominant* ». Ainsi la géographie dite humaniste s'est inspiré dans ses analyses du rôle des expériences, des liens, des expériences des trajectoires individuelles pour traiter la question de la constitution de l'identité : « *L'identité en question est conçue comme étant à la fois la source et le fruit de plusieurs processus : identification du groupe à l'espace de vie qui est le sien, même quand il résulte d'une assignation ; projection sur le territoire d'une conception du monde et de la structure du groupe lui-même par le recours à des schèmes spatiaux propres ; inscription de formes spatiales, des « marqueurs », visant à singulariser le groupe*

aux yeux des autres et à créer des discontinuités symboliques. Ces différents processus requièrent une certaine conscience d'une singularité collective », ainsi explicité par B. Debarbieux(2006). Il ajoute concernant l'identité collective « ... désigne le sentiment et la volonté partagés par plusieurs individus d'appartenir à un même groupe », expliqué par d'autres chercheurs comme une sorte d'appartenance, d'autodéfinition ou encore d'identification commune tout en insistant sur le rôle actif de l'individu dans les représentations et l'adhésion à ses collectifs. A travers les nouvelles initiatives gouvernementales qui font appelle à un respect des différences (tant de genre que de culture) et la promotion d'une politique égalitariste, des identités collectives minorisées, les femmes, les Berbères, les paysannes et les montagnardes tentent de profiter de la transition vers un régime démocratique pour obtenir un meilleur accès à la vie publique. Une sorte d'issue leur permettant une nouvelle identité qui pourra être la clé de changements, de revendications, de contestations...etc. On peut penser que les locaux des associations et coopératives peuvent tenir ce rôle à l'adéquation présenté par B. Debarbieux(2006) entre entité géographique et identités sociales collectives qui devraient être pensée en termes de modalité spatiale des groupes sociaux et des constructions géographiques. Il l'affirme par le travail de Arjun Appadurai(2001) qui définit que les constructions identitaires et collectives sont davantage changées par le nombre et la diversité des moyens d'information et de communication qui les touchent. On peut donc avancer que pertinemment les identités collectives et individuelles sont liées à une dimension politique voulue et/ou imposée et sociale héritée et/ou transmise. Pertinemment l'Etat marocain a encouragé l'intégration et la participation des femmes pour améliorer leur statut. L'action apparaissait alors comme une transgression des règles sociales tacites qui relèguent les femmes au foyer et aux travaux ménagers (loin de la reconnaissance du travail féminin). Les Berbères se conçoivent comme personne ayant un héritage direct de la culture berbère et qui se reconnaissent à travers la pratique de la langue amazigh, ses coutumes et ses traditions. La Montagnarde se range sur une identité bafouée et négligée par l'Etat, la communauté et le poids des traditions, aussi par la rude vie qu'elle mène. C'est ainsi que La rurale et La montagnarde se sont constituées une ou des identités par une appartenance géographique et sociale. Donc ces structures sociales, tenues par le discours politique, sont donc envisagées comme objets dynamiques mais qui signifient en général la stabilité et la reproduction à l'identique. Or ces structures deviennent le terrain de luttes, d'influences, d'évolution par la nature des choses. Le discours politique occupe alors une position ambivalente qui fait de lui à la fois le lieu d'un affrontement entre structures sociales et l'instrument de la contestation de ces dernières. Sauf que l'univers social ne se caractérise pas

non plus par une reproduction quasi mécanique des structures sur lesquelles les acteurs n'auraient aucune prise !? De notre constat de terrain, les femmes rurales, montagnarde, berbères, adhérentes à une coopérative ou association féminine se reconnaissent, s'identifient et s'affirment sur une nouvelle représentation identitaire et sociale. Elles se sont créées de nouvelles identités sociales en pleine innovation et évolution : les nouveaux espaces, les nouvelles activités, les nouveaux contacts et les différents rapports entretenus avec les hommes et d'autres femmes modifient la dialectique classique; qui existait même si le champ d'activité des femmes reste très limité ; car il existe des valeurs anciennes, culturelles, idéologiques qui s'imposent et marquent un décalage entre ce que souhaite l'institution (élargissement de l'implication et des activités des femmes) et ce qui relève de la réalité. Jane Jensen (1998) explique que la continuité des relations sociales sous l'égide d'un paradigme sociétal n'est cependant pas éternelle puisque qu'à côté du paradigme sociétal dominant existent d'autres paradigmes portés par des identités collectives minorisées qui vont chercher à promouvoir une réorganisation sociale qui leur soit plus favorable. Or cette dernière ne se réalise que lorsque les pratiques, et la signification qui leur est conférée, se rassemblent autour d'une identité collective qui finit par s'imposer comme dominante. Vu qu'elle informe et confère du sens aux relations sociales, elle est rendue légitime et dès lors le maintien du statut social et identitaire est privilégié ou même acquis. Il faudrait donc s'interroger sur la forme que vont prendre ces paradigmes sociaux, surtout chercher à identifier les paradigmes liés à l'identité collective des femmes en général, et berbère (les terrains d'étude de la thèse sont tous berbérophone) et à celui lié à l'identité rurale et montagnarde. En ce qui concerne l'identité féminine, nous ferons appel dans notre recherche à une éventuelle classification établie par Baudino (2007). Selon cet auteur, il existe trois figures de femme différentes : l'égalité qui ne se distingue en rien de l'homme, ni dans ses droits, ni dans ses capacités, l'autre moitié du monde, soit la figure complémentaire de la dualité des genres et enfin, la différente avec ses rôles et ses compétences propres. Parmi ces trois identités féminines, nous chercherons à déterminer quelle est celle mobilisée à travers les initiatives et les politiques nationales et internationales d'intégration et de promotion du statut de la femme marocaine spécialement en milieu rural. En référence au discours de Rigoberta Menchú⁸⁸ : « Dans l'immédiat, nous pensons nous les femmes que c'est alimenter le machisme quand on fait une organisation rien que pour les femmes, parce que ça impliquerait de séparer les femmes du travail de l'homme. Et nous avons trouvé que quand nous discutons des

⁸⁸ Lauréate guatémaltèque du prix Nobel de la paix, femme d'origine indigène et issue d'un milieu rural, elle annonce fin janvier 2007 sa candidature aux élections présidentielles qui va être perçue comme une transgression des règles sociales)

problèmes de la femme, il est nécessaire que l'homme soit présent pour qu'il contribue aussi. » (Burgos Menchù, 1983) ; qui repose ses revendications sur la reconnaissance d'une commune humanité dans l'équilibre et la coopération. Nous nous interrogerons alors sur cette interdépendance des genres et la nécessité de la collaboration masculine si elle existe dans cette quête identitaire des femmes marocaines en milieu rural montagnard et berbère. Mais compte tenu des héritages des sociétés rurales, berbères et montagnards marocain, la rupture de la coopération au sein du couple est préjudiciable à l'émancipation féminine comme l'explique Marques-Pereira (2003,p.123) « qu'une telle affirmation, ne peut pas soutenir que la femme soit seulement différente par rapport à l'homme, auquel cas elle pourrait pleinement assumer une vie autonome, elle lui est également complémentaire. Elle est l'autre moitié avec laquelle il faut entretenir le dialogue et chercher l'équilibre ». E.Jelin (1987) montre aussi la tension qui peut exister entre les droits humains qui sont conçus dans une optique individualiste, et leur dimension collective au nom de la défense culturelle des communautés indigènes, dominées. En seconde, elle explique l'individuation féminine qui s'avère difficile dans le cadre de la tradition culturelle communautaire. Pour E.Jelin, le concept d'inviduation (un processus d'émancipation de différentes formes de tutelle, qui peuvent aussi bien être sociale(comme dans le cas du clientélisme) que culturelles (comme dans le cas du maternalisme), et qui a pour objectif d'offrir une identité tant individuelle que collective aux individus concernés, déclenche la possibilité d'autres tensions que celle qui existe entre l'égalité et la différence comme la tension entre émancipation individuelle et défense collective de la culture. L'idée ainsi reprise par Marques-Pereira (1997 p.11) en expliquant que « L'enjeu de l'individuation pour les femmes réside dans leur reconnaissance comme sujet au-delà des rôles assignés (tels que mère et épouse) ».De nos références sur les études du courant féminin africain à travers l'ouvrage de Rosander Eva Evers(1997) ;regroupant un ensemble de contributions traitant des « identités remarquables », soit collectives soit individuelles, en Afrique de l'Ouest, présente des trajectoires d'histoire de vie de femmes africaines dans leur débat à s'affirmer socialement, culturellement et politiquement. C'est un peu le cas de toutes les femmes en situation de dépendance, de domination...qui vont se constituer en groupe autour d'activités génératrices de revenu. Et qui vont progressivement changer l'image dégradée qu'ont les femmes de leur statut, c'est une manière de comprendre la transformation des identités féminines en milieu rural. Les identités impliquent aussi les différents modes de domination que subit la femme. Il ne s'agit pas seulement de la domination de genre mais aussi de classe, de statut inférieur de celles qui sont analphabètes, la séparation des mondes masculin et féminin dans la vie sociale et même domestique, l'accès

difficile des femmes à la sphère de décision même si quelques unes y arrivent difficilement dans ces sociétés traditionnelles pour servir d'alibi aux efforts déployés par l'institution. Les conclusions de l'ouvrage d'Eva Evers Rosander(1997) soulignent que les associations et groupes féminins, même s'ils sont des lieux de solidarité, même s'ils aident les femmes à développer leurs savoirs et à aménager leur quotidien, confortent les comportements prescrits plus souvent qu'ils ne les contestent. Il faudrait préciser que la floraison d'associations et de coopératives féminines au Maroc depuis 1990 ancrées dans le monde rural présente une nouvelle réalité de rapport de sexe. Vu que ces associations et coopératives féminines sont appuyées par des stratégies, des idéologies, des programmes, des objectifs...etc préconçus par des instances étrangères et exécutés par les organisations nationales. Le thème genre et identité en rapport avec le développement touristique concernant les femmes reste un thème majeur, encore peu traité actuellement dans notre société pour comprendre ce qui est à l'œuvre dans la transformation et/ ou l'évolution des identités mais plus généralement la redéfinition des nouveaux rapports sociaux dans ce lien genre/ identité et développement touristique. Dans ce sens, Rosander Eva Evers(1997) explique dans son introduction concernant, « La transformation des identités féminines ne saurait être limitée à l'espace associatif ni réduite à une question de genre [...] Classe, appartenance ethnique, race et genre sont imbriqués dans des modèles de domination et de subordination. Dans cette hiérarchisation du statut et du prestige, le genre acquiert des dimensions symboliques et recouvre les autres structures essentielles de domination dans la société ».

V. L'approche genre à l'épreuve de la spécificité de la montagne atlasique

Depuis les dernières décennies, le gouvernement marocain s'est orienté dans ses politiques de développement à donner plus d'importance au local à travers le long processus de décentralisation engagé depuis les années 60, souvent révisé par des chartes : communale, provinciale et régionale. D'autres politiques sont venues soutenir ce processus dont essentiellement les divers plans de développement socio-économique et les dispositifs d'aménagement de territoire (plans de développement, schéma régionaux, schéma national d'aménagement de territoire).

- Les terrains retenus pour l'enquête de thèse et considérés comme cas d'étude sont :
- La commune d'Aït Bouguemez (Province d'Azilal)
- La commune de Ghyghaya (Province de Tahanaout- Marrakech)

- La commune d'Imin Tlit (Province d'Essaouira)

Ces groupes de communes se caractérisent économiquement par quatre secteurs principaux : l'agriculture, l'élevage le commerce et le tourisme. Géographiquement, ces trois vallées retenues appartiennent toutes à la chaîne du Haut Atlas, mais présentent des caractéristiques différentes en termes de production rurale et de développement touristique et social. Deux de ces trois communes figurent parmi les plus démunies et les moins riches au vu des taux de revenus annoncés dans les statistiques de 2004 et sont ainsi inscrites dans les programmes de l'INDH (Initiative Nationale de Développement Humain). Elles présentent un taux de pauvreté, de précarité et d'analphabétisme assez important. Ces communes appartenant aux trois vallées retenues pour bénéficier des programmes et des stratégies du gouvernement à travers l'ADS (Agence de développement social) et le programme PADEST qui se sont mis en place dans le but d'appuyer les Collectivités Locales. Chacune de ces vallées a connu des réformes de développement d'activités touristiques, quoique de façon variable. Elles recèlent des ressources naturelles, culturelles, identitaire...etc qui diffèrent d'une vallée à l'autre. Elles ont bénéficié toutes les trois des subventions et des encouragements de l'Etat. Plusieurs ONG internationales ont intervenues ou ont encore des projets de développement dans ces communes. Ces dernières sont liées par une langue, une culture et une histoire berbère commune sauf que les traditions, les us et coutumes varient d'une vallée à l'autre. Le degré d'ouverture sur le tourisme varie aussi en raison de plusieurs éléments de contexte, à savoir l'accessibilité, la proximité d'un pôle ou ville touristique, les revenus des habitants, l'existence d'autres activités alternatives...etc. Le rôle et la place des activités féminines liées de manière directe et/ou indirecte au tourisme y sont en pleine évolution. Le potentiel en la matière est très bien perçu, avec une population féminine très impliquée. Mais il est développé à des degrés différents dans ces vallées. Avec la forte incitation institutionnelle à l'implication féminine dans les activités génératrices de revenus et la nouvelle loi de la famille « Moudawana » le statut et la situation économique et sociale des femmes évoluent au sein de leur ménage et au sein de leur communauté. On peut donc considérer ces communes comme représentatives de la situation d'ensemble du Haut Atlas si on compare leurs caractéristiques ; aussi par les objectifs et les exercices de planification qui ont été programmé pour leurs développement. Sauf que ces terrains retenus diffèrent dans leur évolution et développement touristique. Ils sont à des degrés différents de développement touristique par leurs potentialités et ressources et leurs situations géographiques qui définissent la proximité aux pôles touristiques émetteurs et l'accessibilité à savoir routière et

aérienne. Ils s'appuient dans leur développement économique et social sur l'agronomie en premier lieu. En second lieu sur le tourisme à travers l'hébergement, la restauration et les services. L'artisanat et les petits commerces destinés exclusivement au tourisme constituent des activités génératrices de revenus non négligeables autant pour l'homme que pour les femmes. D'où s'articule notre questionnement sur le projet « Plan d'action pour l'intégration des femmes au développement » rendu public depuis Mars 1999 par le Secrétariat d'Etat chargé de la Protection sociale, de la Famille et de l'Enfance. Dès lors, dans quelle mesure les politiques publiques conçues dans ce cadre parviennent-elles à prendre en compte l'ensemble des enjeux relatifs à la diversité des composantes de la réalité marocaine ? De quelles façons spécifient-elles les enjeux en termes de genre dans cet ensemble ? On se focalisera dans notre recherche notamment sur les acteurs locaux du développement touristique en s'interrogeant sur la connaissance qu'ils ont des recommandations nationales et internationales en la matière. Dans cette éventualité, comment appréhendent-ils alors ces recommandations, et les traduisent-ils dans les initiatives locales ?

VI. L'approche genre en zone de montagne atlasique: essai méthodologique et outils de recherche

Le travail de thèse sera organisé en deux grandes phases mobilisant des outils adaptés à l'objet de recherche et au contexte. Il prendra tout spécialement en compte l'observation des impacts potentiels du travail de la femme, du temps consacré, des facteurs socioculturels, des besoins, des ressources, des différentes identités, l'accès au fruit du développement...etc. Donc à travers plusieurs variables (âge, niveau d'étude, classe et situation sociale, lieu d'action, type d'activité,...etc), nous pensons traiter les différences, les points communs, les interactions au sein des groupes appartenant aux projets de développement pour établir un état de fait du statut des femmes au sein des ACF et les rôles qu'elles remplissent. Identifier de quelle manière les politiques et les programmes touchent les femmes et quels sont leurs impacts sur le statut de la femme en milieu rural. Opter aussi pour la grille de Harvard (*cadre ou matrice de Harvard*) qui a été développé dans les années 80 par l'Institut des Relations Internationales de l'Université de Harvard pour faciliter l'intégration d'une perspective de genre dans l'analyse de projets. Il est parfois appelé « matrice d'analyse de genre ». Cet outil d'évaluation des projets utilisés dans l'approche genre et développement (GED) pourra nous servir comme base de données pour évaluer les ACF afin de dévoiler les rapports existant entre relation de genre et problématiques de développement. Voir si les relations de genre peuvent vraisemblablement avoir un effet sur la promotion du statut de la femme en milieu rurale, déterminer ces effets et aussi quelles seraient les alternatives. La phase théorique se

limitera à l'étude de l'état de la littérature sur les théories, les concepts et les travaux empiriques sur les approches dominants de la recherche « genre et développement » « genre et tourisme », « genre et identités collectives ». Cette première phase permettra de positionner le projet de la thèse dans la littérature existante et, de ce fait, de présenter ses objectifs spécifiques. La deuxième phase se concentrera sur la partie empirique de la recherche qui sera répartie en deux temps. Un temps analysant les discours, programmes, textes officiels, recommandations, déclarations nationales et internationales qui ont été formulés pour la promotion d'une approche en termes de genre du développement touristique dans les régions rurales et montagnardes. Un deuxième temps visant les enquêtes auprès des associations et coopératives féminines dans les trois communes choisies situées géographiquement dans le Haut Atlas : type et nature d'activités réalisées ; nature des relations à l'environnement naturel et aux différents ressources ; type d'identités individuelles et collectives mobilisées pour justifier des états de faits ou des innovations ; rôle des objectifs d'équité des genres dans la définition des projets eux-mêmes; analyse des modalités de mobilisation par les projets des connaissances relatives aux politiques publiques et préconisations internationales et de relations sociales et institutionnelles susceptibles de les accompagner. La prise en compte de l'analyse par SWOT pour évaluer les faiblesses, les forces, les opportunités et les menaces inhérentes aux différents projets féminins(ACF). Aussi dans le cadre d'analyse de genre s'intéressant aux relations sociales, aux institutions et aux dimensions des relations sociales développé par Naila Kabeer dans la planification de projets et de politiques au niveau national et international sera choisi pour pouvoir analyser les politiques et les programme visant à ce que les femmes deviennent agentes de leur propre développement dans chaque vallée pour identifier et répondre aux questionnements de la recherche. Aussi une approche comparative sera adoptée afin de procéder à la confrontation et l'analyse des données récoltées dans les trois vallées retenues comme terrain d'étude. Cette phase de la recherche privilégiera une observation participante, des entretiens individuels et en groupe (enquêtes à l'aide d'un guide d'entretien semi directif). Et enfin, une préoccupation constante de cette recherche sera de considérer la population locale comme partenaire de la recherche et non comme objet d'étude, sur le modèle de la recherche impliquée ou participante.

Références bibliographiques et webographiques

- ALAHYANE.M ; ARRIF, N ; BELARBI, A ; EL HARRAS, M ; HADRAOUI, T ; MOULAY RCHID, « *Changement juridique et changement social à travers la condition des femmes au Maroc* », A - Ed. Le Fennec, Casablanca 1987, P.15-45 -
- AUBARTIN C. « *Représenter la nature ? ONG et biodiversité* ». Paris, IRD éditions, 2005
- ARJUN APADURAI(2001) , In B. Debarbieux, « *Prendre position : réflexions sur les ressources et les limites de la notion de l'identité en géographie* », L'espace géographique 4/2006(Tome35),P340-354.
- BARD Ch., BAUDELLOT Ch. Et MOSSUZ-LAVAU J.(dir), « *Quand les femmes s'en mêlent. Genre et pouvoir* », Éditions de la Martinière, 2004, 382 pages. -
- BARTH Maurice, « *L'enfer guatémaltèque 1960-1996 : le rapport de la commission reconstitution de la mémoire historique* ».Paris :Ed.Karthala.2000.
- BAUDINO CLAUDE, « *Citoyenne et parité en Belgique : Figures et projets dans le débat paritaire* ». In J.JENSEN, Marques-Pereira BERANGERE et REMECLE Eric, « *L'état des citoyennetés en Europe et dans les Amériques* », Montréal : les presses de l'Université de Montréal :101-123,2007.
- BENRADI. M, « *Atelier "femmes et hommes au Maroc : analyse de la situation et de l'évolution des écarts dans une perspective genre"* », Rapport de synthèse 2003, 23p.
- BELLAOUI M., « *Tourisme et développement local dans le haut Atlas marocain : questionnement et réponses* », Revue de Géographie Alpine, Grenoble, 1996.
- BOSERUP E., « *La femme face au développement économique* », 1983 (édition originale en anglaisde1970),Paris,PUF.
- BURGOS,Menchù, 1983. In Martine DELEIXHE, « *La reconstruction discursive de l'identité collective des femmes et des indigènes guatémaltèques par Rigoberta Menchù* », Page292.
- BULLETIN économique et social du Maroc, « *Pauvreté au féminin* », Editions Okad, Rabat, 2002,p.73-82.
- CENTRE de Documentation, d'Information et de Formation en Droits de l'Homme, « *Activité économique, vulnérabilité à la pauvreté et inégalités entre hommes et femmes* », 2003,p.39-40,annexen°6,3003.
- CENTRE de Documentation, d'Information et de Formation en Droits de l'Homme, Convention sur l'élimination de toutes les formes de discrimination à l'égard des femmes, N°.5, Série "*Instruments Internationaux*"2002, 28p.
- DEBARBIEUX Bernard, « *Prendre position : réflexions sur les ressources et les limites de la notion de l'identité en géographie* », L'espace géographique (Tome 35),p.340-354, Avril 2006
- DECLARATION Du Royaume du Maroc 2000, « *Les femmes en l'an 2000 : égalité entre les sexes, développement et paix pour le 21^{ème} siècle* », New-york- 5-9 Juin, p.2

GRANIE Anne Marie et GUETAT Bernard hélène, « *Empreintes et inventivités des femmes dans le développement rural* », Ruralités Nord-Sud, Presses Universitaire du Mirail, IRD, 2006,328p.

EPHESIA, « *La place des femmes. Les enjeux de l'identité et de l'égalité au regard des sciences sociales* », 1995, Paris, La Découverte, collection Recherche, 740 p.

JELIN Elisabeth, « *femmes et cultures citoyenne en Amérique Latine* »Sextant ,n°8 :17-41, 1997.

JENSEN JANE(1998), «*Paradigms of Political Discours : Protective législation in France and the united State before 1914* », Le journal Canadien des sciences politiques, Vol.22,n°2 : 235-238.

HURTIG.M.C. , KAIL.M, ROUCH.H, « *sexe et genre, de la hiérarchie entre les sexes* », Paris,EditionsCNRS,2002.

KABEER Naila, « *Triples rôles, rôles selon le genre, rapports sociaux : le texte politique sous-jacent de la formation à la notion de genre* », pp. 155-178, in BISILLIAT, 2000.

KABEER Naila et EGO Catherine « *Intégration de la dimension genre à la lutte contre la pauvreté et objectifs du millénaire pour le développement : Manuel à l'intention des instances de décision et d'intervention* », L'Harmattan, Paris, 2005.

MARCH Candida, « *Une boite à outils : concepts et cadres pour l'analyse et la planification relatives au genre* »,OxfamUK,Royaume-UnietIrlande,1997.

LOUARGANT.Sophie, « *des territorialités de genre aux territorialités de projets dans le bassin méditerranéen* », Revue Montagnes méditerranéennes N°19,2004, p7.

LOURAGANT Sophie, « *L'approche genre pour relire le territoire, les trajectoires hommes-femmes dans les projets touristiques ruraux (Ardèche méridionale, Ligurie, Fès-Boulemane)*,Thèse-Université Joseph fourier, GrenobleI- Sciences et géographie, 2003, p.5.

MOSER C., « *les femmes, les distinctions hommes/femmes et la politique de développement urbain* » in OCDE, Les Femmes et la Ville, 1995, pp 69 et sq.

MASSEY Doreen, « *spatial Division of Labour; social structure and the géographie of product* », London,Mac Millan, 379p. 1984.

MAC DOWELL. L , « *Gender, Identity and place, understanding feminist geographies* », Oxford, Polity Press ,284p. 199.

ROSANDER Eva Evers, *Transformation des identités féminines : formes d'organisation féminines en Afrique de l'Ouest*, Stockholm et Uppsala, Gotab and Nordiska Afrikainstitutet, 1997, 227 p. In IMAM Ayesha, MAMA Amina, SOW Fatou (dir.), Engendering African Social Sciences, CODESRIA, 1999 (1re édition, 1997).

ROOSE. G, « *Feminism and geography : the limits of geographycal knowledge* », Cambridge,

Polity Press, 206p. 1993.

REYSSO Fenneke, VERSHUUR Christine (dir.), « On m'appelle à régner. Mondialisation, pouvoirs et rapports de genre », IUÉD/DDc/Unesco, Genève 2003, 258 p.

COLLOQUE d'Abidjan, « *Genre, population et développement en Afrique* », sur les sites de l'ENSEA, Iford, Ined, UEPA-Abidjan, Juillet 2001.

TAP, 1985 ; STRYKER, Owens, WHITE, 2000, In B. DEBARBIEUX, « *Prendre position : réflexions sur les ressources et les limites de la notion de l'identité en géographie* », *L'espace géographique* 4/2006(Tome 35),P 340-354.

VAN DEN HOVE S. « *Approches participatives pour la gouvernance en matière de développement durable : une analyse en termes d'effets* ». Cahiers du C3ED, UVSQ, 2000.

VERSCHUUR C. (dir.), « *Le genre : un outil nécessaire* », *Cahiers Genre et Développement*, L'Harmattan, Paris-Genève N°1, 2000.

VERSCHUUR C. et BISSILLIAT J., « *Le genre : un outil nécessaire, introduction à une problématique* », Paris, L'Harmattan, 263 pages, 2007.

WEBOGRAPHIE INDICATIVE :

- Actes disponibles sur les sites de L'ENSEA, Iford, Ined, UEPA-Abidjan
- www.hautcommissariatauplan.ma: statistique 2004
- www.ResearchTriangleInstitute.(2001)
- www.planforestiernational.ma , stratégie 2020
- www.plansnationaux.ma : Programme forestier national(PFN), Plan nationaux de lutte contre la désertification (PNLCD), Plans nationaux d'aménagement des bassins versants(PNABV)
- www.tanmia.ma. Site gouvernemental visant à développer les capacités d'action des associations par la maîtrise de l'utilisation des NTIC
- DAGENAIS et PICHE, (1994) In site gouvernemental TANMIA www.tanmia.ma
- www.tourisme.gov.ma/docspdf/tourisme_rural_au_maroc.pdf. Site officiel sur le tourisme rural au Maroc

QUATRIEME CHAPITRE

Situations d'échanges touristiques

Situations of touristic exchanges

Qu'est-ce qu'une situation d'échange touristique ? Quelle est la place de l'échange dans l'expérience touristique ? Qu'engage-t-on lors d'un échange et comment l'engage-t-on : déterminants socioculturels, genre et corps, imaginaires de la rencontre et représentations de l'altérité ? Du tourisme solidaire au slum tourism, de nouvelles offres mettent en scène la différence (sociale, culturelle, etc), la rencontre et l'échange. Comment la penser en relation avec les quêtes de soi également en plein essor : du stage de développement personnel au tourisme chamanique en passant par le voyage des racines ? Comment restituer l'historicité et la complexité de ce phénomène ? Comment la différence est-elle identifiée, produite, transformée, expérimentée par les institutions et / ou les pratiques touristiques ? Pour le touriste, l'hôte ou le chercheur, qui est l'autre ? Dans quel monde se situe-t-il ? Ne faut-il pas provincialiser le tourisme occidental pour comprendre la globalisation des pratiques ? Enfin, quels rôles les intermédiaires, guides, cultural brokers, go-between etc. jouent-ils hier et aujourd'hui dans l'invention et la diffusion du tourisme ? Quels objets, quels terrains, quels outils mobiliser pour les identifier, les étudier ?

4.1. Touristic encounter: local Maltese and British tourists

Marie AVELLINO STEWART

London Metropolitan University

Marie AVELLINO STEWART (avellino.marie@gmail.com) has over 25 years industry experience. She graduated with Honours in Contemporary Mediterranean Studies from the University of Malta and went on to read for Masters in Business Administration in General and Strategic Management at Maastricht School of Management. At present she is reading for a PhD in Anthropology of Tourism at the London Metropolitan University. Her research focuses on the Identity, Memory, social and cultural capital Exchange and. She was awarded a Scholarship by the Malta Government and the University of Malta to undertake this research. At present she is a resident academic lecturer with the Institute of Tourism Travel and Culture at the University of Malta.

Abstract

The PhD research studies the post-colonial tourist relationship between Malta and its former British rulers. The fieldwork indicates that social and cultural exchange is taking place at different levels with three cross cutting elements emerging as recurring themes. The research examines how three themes, primarily; Identity (both self and National), secondly: Memory and Nostalgia, and thirdly: the tourist Experience which incorporates the notion of the negotiation between the internal landscape of the tourist and the external landscape, may in fact be manifestations of a need or desire to build social and cultural capital. The Doctoriales will provide a unique platform for this type of research which seeks to straddle both the rational and the emotive decision making through a mixed methodology which includes a three year participant observation period, in depth interviews with agents, exit surveys, Biographical Narrative Interpretation, social networks, blog and brochure analysis and home visits.

Key Words : Tourism, Identity, Memory, Internal Landscape, Capital

Mots clés : *Tourisme, identité, mémoire, paysage intérieur, la capitale*

The Maltese Islands are situated in the centre of the Mediterranean Sea and have been occupied by various colonisers whilst also serving as a hub for mercantile trade for at least 7000 years. This rich history has bestowed on the islands a wealth of attractions ranging from the Neolithic temples that have been designated as world heritage sites and the anticipated new entrance to the capital city which has been designed by world renowned architect Renzo Piano. Suffice to say that throughout the last 500 hundred years Malta was the home of the Knights of St John for around two hundred and seventy years, a colony for the Napoleonic French for just under three years and a British crown colony for around a hundred and seventy years. However it has also been a tourist attraction for many millennia as it is believed that people from around the Mediterranean littoral might have perceived the island to be an important pilgrimage or ritualistic site. This indicates that although the islands tend to be isolated from mainland Europe and as a consequence did not develop at the same pace of larger countries, its people have not been isolated from forming an exchange with the altern.

This encounter with 'the other' still takes place today, either through trade and /or tourism. Tourism is an important economic factor for the islands and its development is directly linked to the growth of tourism. The annual visitor level (1.2 million in 2010) is three times that of its inhabitants (400,000+) and as such one can say that the touristic encounter is intense as the tourists share the same space as the locals. Tourists come mainly from Italy, France, Britain and United Kingdom and my doctoral research focuses on the touristic exchange which takes place between the local Maltese and the British older tourists.

This cohort of tourists is significant for two main reasons. Firstly Malta has been a staple destination for British tourists for the last 50 years or more, however in the last 10 years, Malta has witnessed a significant decrease in British arrivals. For example in 2002 it stood at 42% of the total arrivals, whilst in 2006 it stood at 38%, 2008 at 35.2%. The second reason is that the British mature market is set to grow for various reasons amongst which are better health care and decreased mortality. This sector also has a greater propensity to travel and therefore it is important that destinations are aware of the needs and wants of this market segment. This type of tourist has now been identified on an international scale as constituting a specific market, with its own demands and requirements (Wheatcroft et al. 1992, page 1) and is now a market to be reckoned with (Vellas . 1995, Avcikurt, 2009). It has greater economic power than other groups (Fitzpatrick Associates, 1998, page19) and demands services and destinations which, in the past may not have been considered 'appropriate' (Avcikurt, 2009, page 148) for these discerning tourists.

In the case of the touristic encounter in the Maltese Islands, we have an extremely complex situation as on one hand we have the British who were the ex-colonisers of the islanders, and on the other hand we have the Maltese hosts that have ambivalent feelings towards these paying guests. The relationship between the hosts and the guests is at most times, harmonious and at times can be quite tense. The relationship is more often than not freely constructed between the two, however it is also subject to negotiation through brokers such as the tour operators, guides, and even the government through the National Tourism Agency.

The initial research aim of the PhD, was to look at the British mature market and its motivation to travel to Malta: the push and pull factors. The decision was taken to carry out fieldwork with older aged tourists, when they were on holiday in Malta, and participant observation was carried out over a year. During the course of the preliminary fieldwork, certain patterns began to emerge. In many cases, the tourists said that they came to Malta because there was a 'good offer' in the sense of a cheap price, however in the majority of cases, the main 'pull' factor had been the affinity that the tourist felt that he had with Malta. This affinity seemed to be linked to previous visits to the island of the tourists or of their relatives and friends back in UK. During these previous visits friendships with local people were established, and in some cases, even kin or affine ties were formed with local Maltese through marriage, such as in the case of Lillian and Edward, who returned to Malta for their summer holidays for many years in the 50s and 60s. They also acted as 'brokers' between their Maltese friend and their English niece, who went on the marry and raised a family in Malta. Edward had first come to Malta when he served with the British Navy. He was then posted to the island for longer periods, where he was joined by his wife and later their young children. Even though Edward has since passed on, and Lillian is in her 80s now, she and her children, grandchildren and great grand children return to Malta regularly.

The British colonial period and the attachment to the Maltese service bases, especially during the war and post-war period was a common reference point, together with the bond that the British tourists felt that had been established with the Maltese people in the previous stays on the islands. This indicated that there is a form of relationship between the hosts and guests and it was decided that this interaction could be explored in the light of social exchange theory as the relationship is construed as exchange takes place along social, cultural and economic lines which give rise to interactions between the parties. These interactions have been studied at great length and depth by social scientists: one well – known theory which has emerged from past research is the social exchange theory (Ap, 1992, Deccio and Baloglu,

2002, Jurowski and Gursoy, 2004, McGehe and Andereck, 2004 in Moyle, Croy and Weiler, 2010:97). The social exchange theory is based on the concept that the exchange of resources is the basis for human relationships (individuals and groups) in an interaction situation (Brinberg and Castell, 1982). This theory could be useful in providing a framework for understanding relationships, transactions and interactions in a tourism setting.

It was also decided that the PhD research would go beyond the discussion and analysis of social exchange theory that examines the tourism interaction between hosts and guests. I would suggest that the interaction is taking place through a process of negotiation across a boundary (literal or virtual). It is being proposed that the resources which are exchanged and negotiated are in fact 'capital' (in a Bourdieun sense) as the actors ascribe value to these resources. The hosts need capital as it is perceived to be crucial for their development (Mihalic in eds. Sharpley and Telfer, 2004, pgs 81-111, Hashimoto in eds. Sharpley and Telfer, 2004, pgs 202-230). Research as regards the tourist and the value which is placed on the capital which may be generated or exchanged through the tourist encounter has not yet been studied in great depth, and therefore the PhD would attempt to address this lacuna in tourism research.

The fieldwork indicated that the social exchange is taking place at different levels with three cross cutting elements emerging as recurring themes. The research would examine how three themes, primarily; Identity (both self and National), secondly: Memory and Nostalgia, and thirdly: the tourist Experience which incorporates the notion of the negotiation between the internal landscape of the tourist and the external landscape such as the sites and spaces on the Maltese landscape, may in fact be manifestations of a need or desire to build social and cultural capital. These three themes were identified during the initial part of the fieldwork, as they tended to emerge as recurring topics. The tourists as informants used them as a reference point when they discussed their motivation to visit Malta as they embark on a voyage of self-discovery through a past which has links to their childhood or collective identity.

To study the interaction, the fieldwork would now have to include the local Maltese hosts as well as the intermediary brokers and therefore a change in the research strategy was desired. This provided me with a double challenge as the fieldwork would now include studies of a second(local residents) or even a third group of people (Maltese diaspora living in UK), together with the transitory tourists who would be on the island for a week or two. The challenge had always been there as traditionally anthropologists study bounded communities, and I would have the added challenge of studying a group of people who were in a state of

flux, mainly because of the transitory nature of tourism. This was going to be further compounded by the decision to include the Maltese: both those living locally and in the UK, together with the International Tour Operators and other non-Malta based intermediaries.

Mark-Anthony Falzon, in his book entitled *Cosmopolitan connections: the Sindhi Diaspora, 1860-2000* (2004, pages 9- 11) based on his PhD research among diasporic Sindhi businesspeople in Malta, United Kingdom and India, discussed this issue at length when he was concerned that his fieldwork would be short of depth as he would not be working in one place for an extended period of time, in the classical anthropological sense (Falzon, 2004, pg 9). However he goes on to discuss how anthropologists in the field had always practised some form or other of multi-sited ethnography and gives the example of Malinowski's (1922) and Polly Hill's (1963) foray outside 'their villages' to 'follow people, commodities, gifts and such' (Falzon, 2004, page 10). Multi-sited ethnography 'allows for a more considered study of social worlds' (Falzon, 2009), the worlds of the tourists and the host and their intersection.

In my case I did not feel that my fieldwork was 'short of depth' as the fieldwork has taken place over a 3 year period and includes a two year participant observation period, in depth interviews with agents, exit surveys, blog and brochure analysis and home visits. I will now elaborate on the different methodologies that have been harnessed and I will also discuss the challenges that they have presented and how I have dealt with them.

In the Field

The data collection process is anthropological and therefore a qualitative research methodology was appropriate. Research strategies which include fieldwork commenced in 2008 and is being carried out up to the present. This is conducted mainly on the island of Malta, with additional interviewing being carried out in Great Britain.

The first phase of the fieldwork used participant observation in the field. Originally pioneered by social scientists such as Malinowski (1922) , the anthropological researcher obtains specialised data through key informants such as government or community officials and/or leaders together with 'everyday' observations and the participation in the local way of life. This method provides richer information about social life than most other research methods and provides flexibility for the researcher to alter strategies and follow up new leads (Giddens, 1997).

This is essentially the role of the anthropologist or ethnographer in the field: the researcher

who 'participates, overtly or covertly, in people's daily lives... watching... listening...collecting, whatever data are available to through light on the issues he or she is concerned' (sic. about) (Hammersley and Atkinson 1983, pg2). The fieldwork paradigm of ethnography is based on an assumption that social reality is a social construct emerging in interaction between the researcher and the researched.

As indicated earlier, the objective of the fieldwork in Malta, originally, was to try to understand the motivation for travel to Malta of the cohort group. I was in a privileged position as I had been engaged by a British Tour Operator, to give talks about Malta to British tourists. At times I would also be invited to go on excursions as well as special events such as the launch of a new venue or a new visitor attraction. I also found it useful to be present in the hotel and at the airport so as to observe as well as participate in the guests activities. I am also Anglo-Maltese and so the guests as well as the hosts tended to turn to me for advice or for suggestions as on one hand I was considered to be 'one of them' and at the same time had a lot of local knowledge. This gave me an insight that might not be available to other researchers that might be considered as 'foreign'. It was also useful as it allowed me to understand the nuances of words, actions, images, symbols, rituals, and even tones and pitch of voices. Such fieldwork allowed for rich ethnography material to be collected.

Although there was a certain type of familiarity with the field, it was also crucial to remain objective and to achieve this I decided to operate on two levels: remain an outsider whilst also becoming an insider. At times I would operate as a participant observer and at other times as an observer and participant. This method is extremely useful as it allows for objectivity through reflexivity and can focus on making sense of the data collected.

The next stage of this project was the operationalisation process which helped towards achieving a more embedded approach. This was desirable as embeddedness is far better than integration as it is less constrictive, and more essentialist than positivist. Embeddedness arouses images and it helps to establish a framework to understand the actor, the informant and agency.

To operationalise the data, sensitizing concepts were applied and once the research was operationalised the strategies were set for the next stage of the research. In qualitative research operationalisation refers to the process of defining variables into measurable elements. It defines the variables so as to make the research replicable, measureable and robust. Although this type of process is not usually used in qualitative methods as no ordinal measurements would be used, I felt that it was important to apply its concept so that if the

decision was taken to use a mixed methodology using quantitative data in the future, this would be possible. I would also have to determine how the measurements would be taken. Operationalisation also allows for the definition of variables so that replication of the research process is facilitated.

“Inductive analysis means that the patterns, themes, and categories of analysis come from the data; they emerge out of the data rather than being imposed on them prior to data collection and analysis” (Patton, 1980, p. 306). It is the main technique which is used in the grounded theory method (Bowen, 2006, pg 2) which is a very powerful tool which can be used to understand complex interactions. Grounded theory uses themes which have been generated during the data analysis ((Bowen, 2006, pg 2). Bowen also suggests that the researcher might use sensitizing concepts simply to lay the foundation for the analysis of research data. This in fact was the stance taken by myself as the three recurring themes were identified.

According to Morse and Field (139-140:1995) in Bowen (2006,pg 2) "Once identified, the themes appear to be significant concepts that link substantial portions of the interviews together". These themes would now need to be categorised in a way to see if they yield a theory (ibid) vis-a-vis the reviewed literature.

The project moved on to another stage, which in this case, took the emergent themes and reviewed them in the light of theory. I also wanted the research to be as holistic as possible and to this end various strategies were employed and these will be discussed now.

An ethnographic study was carried out at particular places of interest. It focused on “*the ways in which individuals experience identity through encountering sites of national significance: landscapes, artefacts, buildings, and monuments that promote a sense of collective belonging*” (Palmer, 2004). Catherine Palmer’s study examined the mechanisms enabling people to experience Englishness at three heritage sites which symbolize fundamental aspects of Englishness. It also sought to examine both the components of Englishness and the social processes by which identity and belonging were communicated and maintained (Palmer 2001,pg 302). It also allowed for research into the exchange of social and cultural capital. The study undertaken in Malta focused on the experience of the British and Maltese Identity at heritage sites which have been identified as significant for the informants (in the previous phases of the research). Both British and Maltese persons were interviewed at the sites. This study was also supported by an airport exit survey of 300 British Tourists. The curators and members of staff at the sites were also interviewed. Additional fieldwork was undertaken during special events which were linked to the Islands heritage and history connected to the

British Colonial period.

A case study approach took place at a place called Mtarfa where a Military Day takes place every year and has done so for the past 3 years. Observations and interviews confirm that the ownership of the cultural heritage and therefore of its interpretation is appropriated by both the organisers, the residents, the enactors, participants and persons who in the past had some form of tie with the location's colonial past. The result is that there does not seem to be a coherent interpretation being given and the information that it imparted to both the Maltese as well as the foreign visitor is inaccurate at times, and also highly subjective. I will illustrate this argument with the following incident which took place in May 2009. A group of re-enactors were driving along outside an ex-Military hospital so as to go and take part in a re-enactment of a battle which would take place on the hospital grounds. A British person (who had worked at the Hospital in 1956- 1958) saw them as he was on his way to the event was evidently shocked. "What are these doing here? They're German soldiers – no way they would have been walking around here like this. Rat a tat-tat", and he pretended to machine gun them down. The actors were offended and although they said nothing made a face as if to say 'what is he on about'. This clearly has implications amongst which firstly is the historical inaccuracies in the sense that no German soldiers would have been driving about in Malta in a jeep, let alone participate in a battle on the hospital grounds, the second is that the British person felt a sense of shock at this portrayal of what he considers to be his history and as he told me 'did not allow him to come to terms with the nostalgia of visiting the Military hospital'. Thirdly the persons who went to see the re-enactment were entertained, however the educational aspect of interpretation was lost as people might believe that this re-enactment was authentic or based on a form of truth. The past becomes distorted or e-invented which has implications on the present.

During the course of the research programme, the decision was taken not to interview young people. However over time, I realized that it would be useful to have information about the young Maltese's perceptions of the British ties to Malta and I did this by analysing the comments which the minors left on the visitors' books at the sites. I am also in the process of carrying out a textual analysis of school textbooks which are produced in Malta and I am looking at the way the British are represented in the educational literature in Maltese schools. This will help to explain the local sentiment and behaviour towards this group of tourists.

The next research study was the content analysis of brochures, blogs, facebook posts and other mediums. The Facebook group was set up by one of my undergraduate students under

my guidance, for a geographic location in Malta, with the aim to create a discussion about ongoing tourism events in the locality. Membership was restricted to residents from the locality. I was given rights to participate in the discussion but I did not do so as I wanted to remain as a participant observer and so that I would not influence the ongoing discussion. The next stage will include the posting of a questionnaire with questions that are directly relevant to the emergent themes. The final step would be the analysis of the postings and the questionnaire replies. If further clarification is needed for the results, the question will be posted to the site and hopefully a discussion would ensue, giving me more material for the PhD project.

Another phase of the research project will include in depth semi –structured interviews and the BNIM (Biographical Narrative Interpretation Method) with the tourists and hosts. BNIM allows the narrator to consciously and unconsciously express cultural, societal through the expression of their lived experience. Through a highly complex process, the researcher comes to understand both the inner and outer landscapes and their dynamics of the historically bound biographical story of the narrator. Integrally psycho-societal, it supports research into the lived experience and reflexivity of individuals and collectives (Wengraf, pers comm. 2010). It *especially* serves researchers who need a tool that supports understanding spanning sociological *and* psychological dynamics and structures, and these treated not statically but as situated, affected *and active* historically and biographically (Wengraf, 2010). Consequently, BNIM is particularly suited for longitudinal process studies, since it asks for retrospective whole stories and particular incident experiences prior to the first BNIM interview. It can access vanished and mutated times, places, states of feeling and ways of living. This method is especially useful when researching the themes of identity, nostalgia and memory.

There have also been instances where it is difficult to have an interview either because there is not enough time (tourists do not have or do not want to spend time to being interviewed, or when the interview is deemed to be a painful process. I also found that there is a section of prospective informants, whom I wasn't reaching out to. Wives or family members would tell me in confidence that their partner (usually male) wanted to tell me their story or wanted to talk to me about 'their time' in Malta, but would not come forward unless pushed. This was not something I wanted to do, so I experimented with a modified 'focus' group.

The modified focus group evolved from a talk which I would give to tourists during their stay in Malta, wherein I would give a presentation using either PowerPoint or a film, about Malta. Sometimes the talk would be about why the island was awarded the George Cross, or what it

was like to be a civilian during the war years, or even about the geology of the islands. This talk was followed up by a Question and Answer (Q&A) whereby people would ask questions or would give their perspective on what I had just been talking about. During a time when I was finding it difficult to recruit members for focus groups, I decided that at the end of the Q&A I would tell the attendees that I was carrying out research and that if they wouldn't mind I would like to ask them a few questions myself. The response was amazing. The discussion would flow and I was able to have my impromptu focus group. During this type of focus group, once someone spoke about their personal experience, others would join in and contribute also.

However there were times when this was not successful. In a few instances, the wife would come up to me and tell me that her husband had received a war medal for some service he performed in Malta, but did not want to talk about it. I would then invite the couple to give me an interview about their holiday in Malta and in some cases they would accept, in other cases they would decline.

In these cases I have used the 'journal' method which I have found to be remarkably successful. There are two methods for this. The first method is what I have called my Journal. I have pasted an introductory letter to the front page of a blank paged book, where I have asked the guest to write about certain topics, again, such as the Malta link, or their views about the trip as a whole. They can also write about themselves, and if they are willing to be contacted by me in the future should I have further queries. The second method is when I invite tourists to send me their thoughts about their trip to Malta, or their personal experiences linked to Malta. One tourist, whom I had interviewed whilst she had been on holiday, returned to Malta about 10 months later and brought back a 5 paged narrative of her stay in Malta when she was a child during the war period. She wrote it especially for me because she felt that she wanted her story to be known by others. This raised the questions of why did she want her story to be known by others, what story did she want to convey (as there were multiple stories in her text, and so on. An outcome of two follow up interviews on successive visits to Malta revealed that she kept coming back to look for the nanny, whom she had spent most of her time in Malta with. She had lost contact with her when she left Malta and desperately looked for her, but to no avail. So from this and the Journal exercise I realised that it is not only the narrative that goes into the journal that is important, but it is the motivation behind it.

Bodies of Expertise

“...because identities are constructed within, not outside discourse, we need to understand them as produced in specific historical and institutional sites within specific discursive formations and practices, by specific enunciative strategies” (Hall, 1996, page 4 in Palmer 2004). The tourism industry is an industry that is propelled by supply and demand which is negotiated through third parties. These third parties can be classified as official and non-official intermediaries. The official intermediaries include the National Tourism Organisations, the tour operators as well as the authorised suppliers of services such as hoteliers, car hire firms as well as professional persons such as curators and guides. These ‘bodies of expertise’ (Urry, 1991, page 92) or cultural intermediaries (Bourdieu, 1984) usually follow a set trajectory as regards the 'story' that is told to the tourists and this is conveyed through marketing material such as brochures, promotional videos, advertising campaigns and such like. The 'story' is also conveyed through interpretation that is given at visitor attraction sights, on guided tours and even through other media such as websites and travel magazines. The non-official intermediaries can include to a certain extent, all the persons that come into direct or indirect contact with tourists such as taxi drivers, shopkeepers and hotel staff. In 2006, Malta had embarked on a Branding campaign of the Islands, and one strategy was to send an information pack by snail mail, to all the local residents. Inside the pack, one would find a mirror and one was supposed to look into in and say "I am the brand", with the idea that every Maltese citizen becomes a 'Brand Manager' that would promote the "essential messages that would give Brand Malta a qualitative and quantitative edge over other destinations which are a distinct heritage based on a long historical tradition, the impressive diversity – with hundreds of leisure options only 30 minutes away, maximum, from any one point and the warm hospitality straight from the heart." (Times of Malta, 2006). This campaign was unsuccessful and was stopped before completion. One of the reasons which was given by the local hotelier was that they were not enough consultation with the community and 'now they expect us to be Brand Managers'.

For any research to be viable it has to be as holistic as possible, and I undertook fieldwork with the intermediaries through site visits and interviews with owners, manager, curators and guides at the sites. This revealed that there are tensions between the official 'story' being told and the personal interpretation that was revealed by professionals in the field. "What we tell them (the British tourists) has to change, we no longer should have to omit certain parts of our history to appease them" and he went on to give examples of this at certain sites and in some tourism literature. This shows us how important it is to include all the stakeholders in the

research.

This type of fieldwork as has its particular challenge as in the case of both nationalities, both sought not to offend the other although there was an underlying thread of unease with the relationship between the two in a certain amount of interviews as can be seen from the above vignette. The most important element that one had to convey to these informants is that of confidentiality, which is a prerequisite for this type of fieldwork, but it is a prerequisite that must be conveyed well to the informants. Issues of trust are crucial so that the informant feels confident enough in the researchers' discretion, so that he is able to divulge information and his feelings about the subject with ease.

Conclusion

Bowen (2006, pg 5) observes that at each successive stage the themes move from a 'low level of abstraction to become major, overarching themes rooted in the concrete evidence provided by the data". I can concur with this as I now enter the analysis stage, where theory and the major themes, tied in with existing literature are presenting me with interesting hypothesis. One such hypothesis is linked in to Rationality and Retribution. "Recent decades have witnessed an enormous amount of work focused on concepts of rationality" (ed. Harding and Pribram, 2010, page 1). When one speaks of resources and capital, rationality is a term that is closely linked as these are products or goods that can be measured, counted or given a comparative value. It is assumed that positivist, scientific decision-making based on a quantifiable resource or resources will give an optimal result. I suggest that based on my research, that emotions, feelings, memories and other baggage are also placed in the balance and 'an irrational' or 'emotive' decision is made in the context of tourism and the decision to visit a landscape, be it Malta or any other touristic site. However this emotive or irrational decision, seeks a form of compensation, a return, a retribution or a value given back in return, and this desire for some form of retribution is not felt by just the tourist , but by the brokers and even more so by the hosts. This and other conclusions will be dealt with in greater depth in my PhD submission.

Bibliographie

- AVCIKURT, D.D.C., *The Mature Age Market in Europe and its Influence on Tourism*, Tourism Review, H. 2009
- AP, J. *Residents' perceptions on tourism impacts*, Annals of Tourism Research, Vol. 19 No. 4, pp. 665-90, 1992
- BOURDIEU, P, *Distinction: A Social Critique of the Judgment of Taste*. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1984.
- BOWEN, G, *Grounded Theory and Sensitizing Concepts*, International Journal of Qualitative Methods 5 (3) September 2006.
- BRINBERG, D. and CASTELL, P. (1982), *A resource exchange theory approach to interpersonal interactions: a test of Foa's theory*, Journal of Personality and Social Psychology, Vol. 43 No. 2, pp. 260-9.
- DECCIO, C. and BALOGLU, S. (2002), *Nonhost community resident reactions to the 2002 Winter Olympics: the spillover impacts*, Journal of Travel Research, Vol. 41 No. 1, pp. 46-56.
- EMERSON, R. , *Social exchange theory*, Annual Review of Sociology, Vol. 2 No. 1, pp. 335-62, 1976.
- FALZON, M A, *Cosmopolitan connections: the Sindhi Diaspora, 1860-2000*, Brill, 2004.
- FALZON, M A, [*Multi-sited ethnography: theory, praxis and locality in contemporary research*](#), Ashgate Publishing, Ltd. 2009.
- FITZPATRICK ASSOCIATES, *Tourism in the European Community. The impact of the single market*, EIU Research Report, London, 1998.
- GEERTZ, C. *The Interpretation of Cultures*. NY: Basic Books, 1973.
- GIDDENS, A, *Sociology* (3rd edition), Polity Press: Cambridge, 1997
- HAMMERSLEY M and ATKINSON P, *Ethnography: Principles in Practice*, Tavistock 1983
- HARDING, J and PRIBRAM E D, eds. *Emotions: A Cultural Studies Reader* Routledge 2010
- MOYLE, B, CROY, G and WEILER B, *Tourism interaction on islands: the community and visitor social exchange*, International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research, Vol 4, No2, 2010 pgs 96-107
- National Office of Statistics, www.nso.gov.mt (accessed 20 August 2011)
- Office for National Statistics, *Population Estimates*, <http://www.statistics.gov.uk/CCI/nugget.asp?ID=6> (accessed 20 August 2011)
- PALMER, C, *Ethnography: A Research Method in Practice*, International Journal of Tourism Research, 3, 301-312, 2001

PALMER, C, *An Ethnography of Englishness: Experiencing Identity Through Tourism*, Annals of Tourism Research, Vol 32, No 1, PP 7-27, 2004

PATTON, M. Q. (1980). *Qualitative evaluation methods*. Beverly Hills, CA: Sage.

VELLAS, F., BÉCHEREL, L. and FAYOS-SOLÁ, E., 1995. *International Tourism: An Economic Perspective*. Macmillan.

WHEATCROFT, S. and SEEKINGS, J., 1992. *The ATI Report: The Action Plan Reviewed*.

SHARPLEY, R and TELFER, D.J. , eds., *Tourism and Development: Concepts and Issues*, Channel View Publications, 2004

TIMES OF MALTA,

<http://www.timesofmalta.com/articles/view/20060716/business/branding-malta-from-the-inside-outwards.47626>> last accessed 20 August 2011

URRY, J., *The tourist gaze: Leisure and travel in contemporary societies*. London, Sage, 1990.

URRY, J. , *Consuming places*. London, Routledge, 1995

WENGRAF , T, *Biographical Narrative Interpretation Narrative Course Notes 2010*

4.2. L'hospitalité des maisons d'hôtes

B&B's hospitality

Yves CINOTTI

Université de Toulouse II

Yves CINOTTI (ycinotti@gmail.com) est agrégé d'économie et gestion. Il enseigne depuis 17 ans à l'Université de Toulouse II–Le Mirail, dans le département CÉTIA (Centre d'Études du Tourisme de l'hôtellerie et des Industries de l'Alimentation) ainsi qu'à l'IUFM de Midi-Pyrénées où il forme les futurs professeurs d'hôtellerie-tourisme. En juin 2011, il a soutenu, à l'Université de Perpignan, sous la direction de Christian BATAILLOU, une thèse de doctorat en sciences du tourisme intitulée « Hospitalité touristique : conceptualisation et études de l'hospitalité des destinations et des maisons d'hôtes ».

Résumé

Le nombre de chambres d'hôtes ne cesse d'augmenter depuis vingt ans. Si l'on définit l'hospitalité comme le « *partage du "chez-soi"* », à l'évidence, le propriétaire d'une maison d'hôtes pratique l'hospitalité touristique. Mais est-il pour autant hospitalier ? Une typologie de 443 propriétaires a été réalisée à partir d'une échelle de mesure de l'« hospitalité » construite en suivant la procédure C-OAR-SE de Rossiter (2002). L'étude montre que les propriétaires de maison d'hôtes ne sont pas tous hospitaliers.

Mots-clés : hospitalité touristique, maison d'hôtes, hospitalité, développement d'échelle

Abstract

During the twenty last years, the number of B&Bs has increased tremendously. Based on the vision of hospitality as the "sharing of one's own home", this paper argues that a B&B's owner practices tourism hospitality. But is he hospitable? A cluster analysis of 443 B&B's proprietors is carried out. Beforehand, a scale was developed to measure their "hospitableness", following the C-OAR-SE procedure (Rossiter, 2002). The study reveals that all the owners of B&B house are not hospitable.

Key words : tourism hospitality, B&B house, hospitableness, scale development

En France, l'hébergement en chambre d'hôtes connaît un engouement certain depuis une vingtaine d'années. Le nombre de maisons d'hôtes labélisées Gîtes de France est passé entre 1992 à 2005 de 12 000 à 29 600 alors que le nombre de gîtes ruraux est resté pratiquement stable (Victor, 2005). Il est donc nécessaire de se demander pourquoi de plus en plus de touristes fréquentent les maisons d'hôtes. La différence entre un gîte rural et une maison d'hôtes, ne serait-ce pas l'hospitalité ?

Or, le concept d'hospitalité intéresse depuis la fin du siècle dernier les chercheurs français dans les champs de la sociologie, de la philosophie, de l'histoire et de la littérature. Mais ces chercheurs ne se sont guère intéressés à l'hospitalité dans le tourisme. À partir des années soixante-dix, lorsque les professionnels américains de l'hôtellerie-restauration ont commencé à désigner leur secteur sous le vocable *hospitality industry*, une littérature académique en langue anglaise s'est développée autour du concept d'hospitalité. Mais les chercheurs anglophones ne parviennent pas à se départir de l'idée que l'hospitalité implique la fourniture d'un repas et/ou d'une boisson et/ou d'un hébergement.

La question de départ de cette recherche est la suivante : peut-on parler d'hospitalité dans les maisons d'hôtes ? Partant de l'idée que l'hospitalité est le « partage du "chez soi" », trois cadres de l'hospitalité touristiques sont dégagés : le territoire, la résidence et l'organisation commerciale. La maison d'hôtes apparaît alors comme un lieu où trois types d'hospitalité touristique peuvent se déployer : l'hospitalité territoriale, l'hospitalité domestique et l'hospitalité commerciale.

Mais on peut proposer l'hospitalité et ne pas être pour autant hospitalier. L'hospitalité est une pratique et l'« hospitaliérité », un trait de caractère. La problématique de cette étude est donc la suivante : les propriétaires de maison d'hôtes sont-ils tous hospitaliers ?

Cette recherche présente un intérêt aux plans conceptuel et méthodologique. Elle définit les cadres de l'hospitalité touristique, en s'appuyant sur des recherches dans des domaines divers. Une enquête quantitative est menée auprès de propriétaires de maison d'hôtes et une typologie de ceux-ci réalisée, en utilisant la méthode des nuées dynamiques. Mais au préalable, une échelle de mesure de l'« hospitaliérité » (*hospitableness*) est développée en utilisant la procédure C-OAR-SE de Rossiter (2002) qui remet en question le recours systématique à la procédure de Churchill (1979).

Cette étude commence par une revue de littérature qui explique les trois cadres de l'hospitalité

touristique et se termine par la présentation des hypothèses étudiées. Les méthodes de création de l'échelle de mesure de l'« hospitalité » et de l'analyse typologique sont précisées. Enfin les résultats sont analysés.

L'hospitalité, partage du chez-soi

« Le concept d'hospitalité a des applications variées et il est utilisé par des groupes divers et de différentes manières » (Hepple, Kipps et Thomson, 1990). Et Schérer (1993, p. 26) d'ajouter : « Ce qu'est l'hospitalité ne se laisse pas aisément dire lorsqu'on se risque à la dégager du faisceau de ses images. » De nombreuses définitions de l'hospitalité ont été proposées et analysées aussi bien dans les dictionnaires que par les chercheurs et les littérateurs (Brotherton, 1999 ; Mani, 2010 ; Cinotti, 2011, p. 22-26). À l'instar de Ricœur (1998) et Telfer (2000), nous considérons que « **l'hospitalité, c'est le partage du "chez soi"** ». Cette définition, en apparence simple, est suffisamment malléable pour s'adapter à des cadres variés. Elle évite de lier absolument l'hospitalité à la fourniture d'un toit et/ou d'une boisson et/ou d'une nourriture.

Il convient maintenant de développer chacun des termes de la définition adoptée : le partage et les « chez-soi ».

Partage

L'hospitalité implique de la générosité de la part de celui qui la pratique (King, 1995 ; Hemmington, 2007). De nombreuses définitions de l'hospitalité renvoient à l'idée de partage. Pour Gotman (2001, p. 483), l'hospitalité, en tant qu'obligation librement consentie, appartient à la sphère du don. Il ne s'agit pas seulement du don d'un refuge ou de nourriture, mais d'abord du don de soi (Mauss, 1923, p. 264 ; Godbout, 1977 ; Montandon, 2004 ; Gotman, 2004). Stringer (1981) rapporte le propos archétypique d'une propriétaire de chambre d'hôtes :

« Tourists want more than bed-and-breakfast. It's up to us to give it to them. They want something you can't pay for – getting to know people... I'm offering myself and my home. »⁸⁹

L'hospitalité est-elle obligatoirement gratuite ? La définition courante de l'hospitalité que propose Le grand Robert de la langue française (Robert, Rey et Morvan, 2001) est la suivante : « *Le fait de recevoir quelqu'un chez soi en le logeant éventuellement, en le nourrissant*

⁸⁹ « *Les touristes veulent plus qu'une chambre d'hôtes. C'est à nous de le leur donner. Ils veulent quelque chose qui ne peut pas s'acheter, rencontrer quelqu'un... Je leur offre ma maison et moi-même.* » (traduction auteur)

gratuitement. » De nombreux chercheurs français soutiennent l'idée que l'hospitalité est nécessairement gratuite. Schérer (1993, p. 127) écrit : « *L'hospitalité n'est gouvernée par aucune recherche de profit, mais par l'esprit de gratuité et de dépense.* Pour Gotman (2001, p. 489), elle est une forme de don sans contrepartie exigible. Milon (2001) est encore plus catégorique : « (...) *si l'hospitalité est un véritable don, elle doit être anéconomique. L'hospitalité interdit toute sorte de calcul et l'on ne devrait pouvoir la monétariser, sinon elle se transforme en service et se rémunère.* » Mais pour Mauss (1923), les gestes d'hospitalité ne sont pas réellement libres et désintéressés. Ce sont des prestations totales « *faites (...) en vue non seulement de payer des services et des choses, mais aussi de maintenir une alliance profitable et qui ne peut même pas être refusée* » (*ibid.*, p. 268). Et Mauss de se demander si la distinction entre, d'une part, l'obligation et la prestation non gratuite et, d'autre part, le don n'est pas récente (*ibid.*, p. 229). C'est aussi la position de Cova et Giannelloni (2008) pour qui « *l'opposition hospitalité traditionnelle/hospitalité marchande est plus fantasmée que réelle* ». D'ailleurs, l'hospitalité ne donnant pas lieu à un échange monétaire a-t-elle toujours été désintéressée ? Dans les sociétés primitives, le fait d'inviter l'étranger pouvait permettre de neutraliser ses pouvoirs maléfiques (Pérol, 2004). Dans l'Antiquité, accueillir l'étranger, c'était soit recevoir, peut-être, à son insu, un dieu ou un ange, soit obéir aux dieux ou à Dieu (Grassi, 2001). Parfois l'hôte est un partenaire économique potentiel, une source d'information ou un moyen d'améliorer encore la réputation de sa maison (Raffestin, 1997 ; Gotman, 2001, p. 54 ; Pérol, 2004).

Alors pourquoi le contre-don du geste d'hospitalité ne serait-il pas parfois l'argent ? Pour clore le débat, il faut remarquer avec Telfer (2000) que considérer qu'un hôte ne pratique pas l'hospitalité simplement parce qu'il est rémunéré revient à dire que « *les médecins ne peuvent pas être dits compatissants avec leurs malades du fait qu'ils sont rétribués pour soigner ceux-ci* ».

Certains chercheurs ne parviennent pas à imaginer des gestes d'hospitalité en direction des touristes. Montandon (2001) affirme que, avec le tourisme, « *on assiste à une instrumentalisation de l'hospitalité par l'argent* ». Pour Michel (2003, p. 53), les règles du marché touristique interdisent toute possibilité de relation humaine authentique. Les formes modernes de tourisme privilégieraient l'échange monétaire au détriment des relations d'hospitalité et il ne faudrait plus parler d'hôtes invitants (*host*) et d'hôtes invités (*guest*), mais de prestataires de services et de clients (Aramberri, 2001). Néanmoins cette étude cherche à démontrer qu'un individu peut vivre des expériences d'hospitalité au cours de ses activités

touristiques.

Donc, si l'hospitalité est « *partage du "chez soi"* », elle implique une attitude généreuse de la part de l'hôte invitant, mais n'exclut pas un échange monétaire. Néanmoins, tout partage n'est pas hospitalité. La générosité est d'autant plus grande que l'on partage ce qui est vraiment à soi. Les « chez-soi » peuvent être divers.

Les « chez-soi »

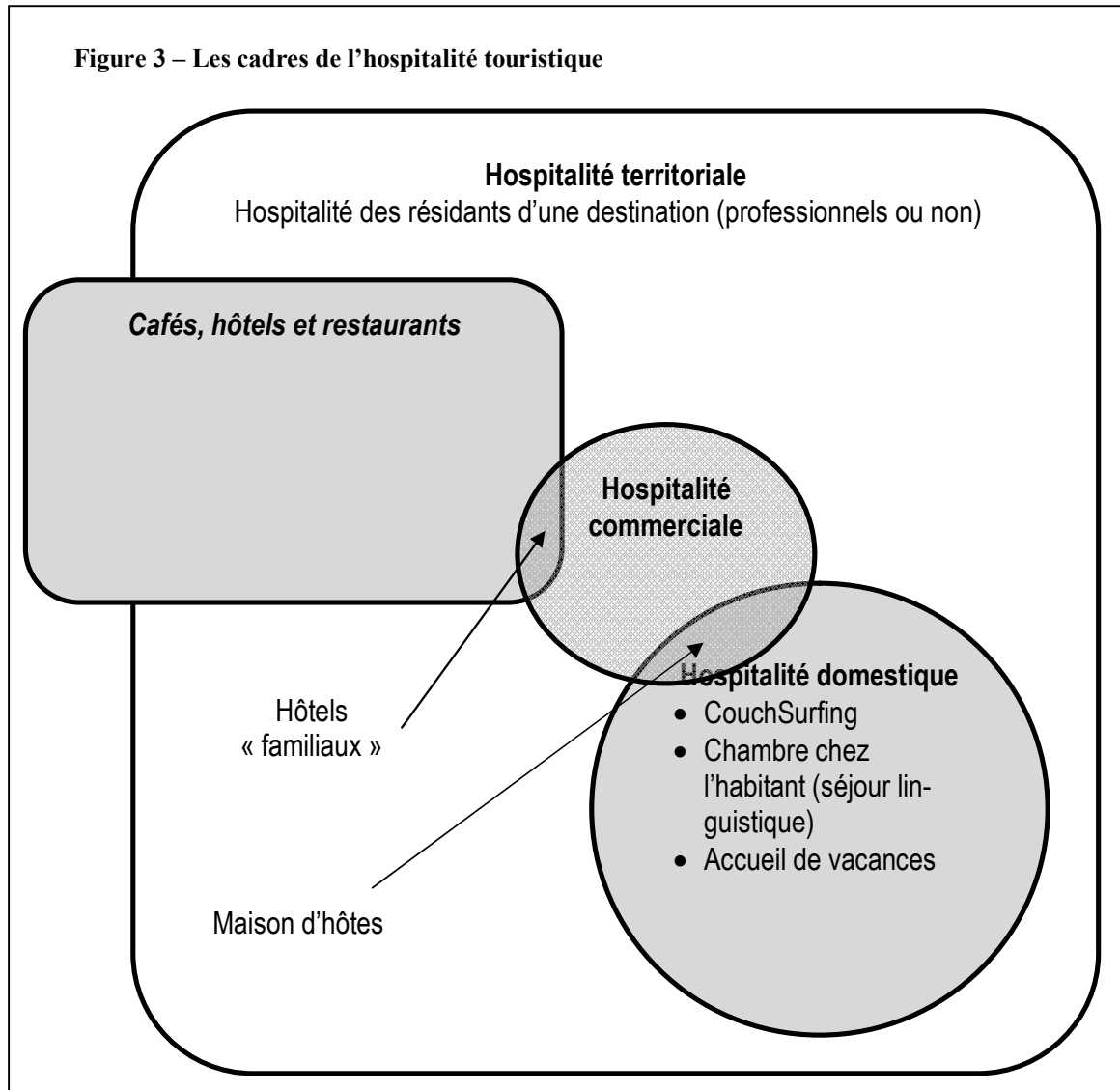
Godbout (1977) insiste sur le lieu de l'hospitalité : « *L'hospitalité, c'est recevoir chez soi et être reçu par quelqu'un chez lui, dans son espace.* » Cova et Giannelloni (2010) estiment qu'il « *existe une géographie instable du "chez soi" dont l'espace ne coïncide pas nécessairement avec celui de l'habitation personnelle* » et que l'« *on se sent "chez soi" dans une ville, une région, un pays qui ne sont pas nécessairement celui ou celle de résidence ou même de naissance.* » Dans cette optique, nous estimons que l'hospitalité touristique peut se déployer dans divers lieux : un territoire ou une résidence.

Lécrivain (1877) distinguent, dans l'Antiquité gréco-romaine, hospitalité publique et hospitalité privée. Alors que King (1995) ne repère que deux types d'hospitalité (privée et commerciale), Lashley (2000) estime que l'on peut analyser les pratiques d'hospitalité dans les domaines social, privé ou commercial. L'angle de vue social permettrait d'approfondir la question de l'étranger et de son statut. La question de l'hôte et de ses besoins serait traitée en étudiant l'hospitalité dans le domaine privé. Quant à l'étude de l'hospitalité dans le domaine commercial, elle permettrait d'aborder l'activité économique de fourniture de l'hospitalité. De notre point de vue, il faut distinguer trois formes d'hospitalité touristique :

1. **L'hospitalité territoriale** – que l'on peut aussi qualifier de « méta-hospitalité » – recouvre les gestes hospitaliers des résidents (professionnels ou non) d'une destination vis-à-vis des touristes étrangers (Cinotti, 2008).
2. **L'hospitalité domestique** consiste à partager sa résidence avec un touriste. C'est le cas, par exemple, des personnes qui reçoivent des couchsurfers (Schéou, 2009) ou des adolescents lors d'un séjour linguistique ou des enfants de milieu défavorisé (accueil de vacances organisé par le Secours Catholique et le Secours Populaire).
3. Le troisième type d'hospitalité est **l'hospitalité commerciale** qui est assez rare. En effet, dans les hôtels modernes, du fait de l'industrialisation des services (Cinotti, 2011, p. 66-71), il n'existe pas de « *partage du "chez soi"* » puisque le client n'est pas « chez l'hôtelier », sauf peut-être dans quelques petits hôtels familiaux. Dans les restaurants,

puisque les clients ne partagent pas le repas du restaurateur, comme autrefois dans les auberges, on ne peut pas parler d'hospitalité (*ibid.*, p. 72-78).

Les maisons d'hôtes proposent une hospitalité à la fois domestique et commerciale ainsi que l'hospitalité territoriale lorsque des touristes étrangers sont accueillis.



La Figure 3 présente les cadres de l'hospitalité. On se rend compte que si l'hospitalité touristique territoriale concerne toute la population d'une destination, l'hospitalité domestique ne touche que quelques cas précis et que l'hospitalité, dans le cadre d'activités commerciales déclarées, est rare. Dans la Figure 3, une partie des cafés, hôtels et restaurants sont représentée hors du cadre de l'hospitalité territoriale : il s'agit d'établissements non touristiques, qui ne reçoivent pas de touristes étrangers (Demen-Meier, 2002).

Hypothèses

L'hospitalité est donc un « *partage du "chez soi"* » plus ou moins subie. Mais est-on toujours hospitalier lorsque l'on pratique l'hospitalité ? Telfer (2000) distingue *hospitality* (hospitalité) et *hospitableness* que nous traduirons par le néologisme « hospitaliérité ». Comme Brotherton et Wood (2000), elle affirme que l'« hospitaliérité » est le « *trait de caractère des personnes hospitalières* » et se pose la question : qu'est-ce qu'un bon hôte invitant (*good host*) ? Sa réflexion part de la situation d'une invitation d'amis dans le cadre domestique. Pour Telfer (2000), un bon hôte n'est pas nécessairement hospitalier et, inversement, l'invitant peut être hospitalier, mais s'avérer un hôte médiocre. Ainsi, telle maîtresse de maison se révèle piètre cuisinière et ignore les bonnes manières de table, mais, parce qu'elle est attentive au bonheur de ses invités, elle est hospitalière. Certains hôtes sont indifférents au plaisir de leurs invités parce que, ce qu'ils apprécient dans une réception, c'est, par exemple, de faire la cuisine. Ainsi Schéou (2009) a montré que les motivations des couchsurfers sont asymétriques et multiples. C'est donc en étudiant les arrière-pensées de l'invitant que l'on peut définir si celui-ci est hospitalier. L'hypothèse H₁ sera donc : **tous les propriétaires de maison d'hôtes sont hospitaliers**. Et l'hypothèse alternative (H₀) sera : les **propriétaires de maison d'hôtes ne sont pas tous hospitaliers**.

Étude de l'« hospitaliérité » des propriétaires de maison d'hôtes

Afin de créer une typologie des propriétaires de maison d'hôtes, une échelle de l'« hospitaliérité » a été construite. Plutôt que d'adopter aveuglément le paradigme de Churchill (1979) pour développer cette échelle, la procédure C-OAR-SE de Rossiter (2002) a été suivie. Ce chapitre commencera donc par présenter la pensée de Rossiter en matière de développement d'échelle de mesure. Puis la méthode de création de l'échelle de l'« hospitaliérité » sera expliquée et appliquée. Une typologie de propriétaires de maison d'hôtes, fondée sur cette échelle, sera réalisée et présentée.

Rossiter et le développement d'échelle de mesure

Depuis l'article séminal de Churchill (1979), les chercheurs et les enseignants dans le domaine du marketing, ont popularisé le paradigme churchillien pour la construction d'échelle, comme s'il s'agissait toujours d'étudier la psychologie d'un individu. Pourtant, on ne cherche pas systématiquement, à mesurer tel ou tel trait d'un individu. L'objet peut être également une entreprise, une publicité ou une marque. La procédure proposée par Churchill (*ibid.*) a donc été appliquée de manière machinale et sans réflexion, sans doute parce qu'il

s'agissait d'une démarche méthodique de définition et de validation empirique du construit (Finn et Kayandé, 2005). Avec le temps, les chercheurs semblent avoir eu le souci de maximiser les scores de fiabilité et de validité plutôt que de soigner la conceptualisation du construit. La facilité de calcul du coefficient alpha de Cronbach à l'aide des outils informatiques pourrait expliquer le succès auprès des chercheurs de cet indice. Néanmoins, il faut reconnaître que l'objectivité a progressé grâce à la procédure proposée par Churchill, mais à tel point que celle-ci est considérée comme un exercice de style obligé (Hunt, 1993 ; Flynn et Pearcy, 2001).

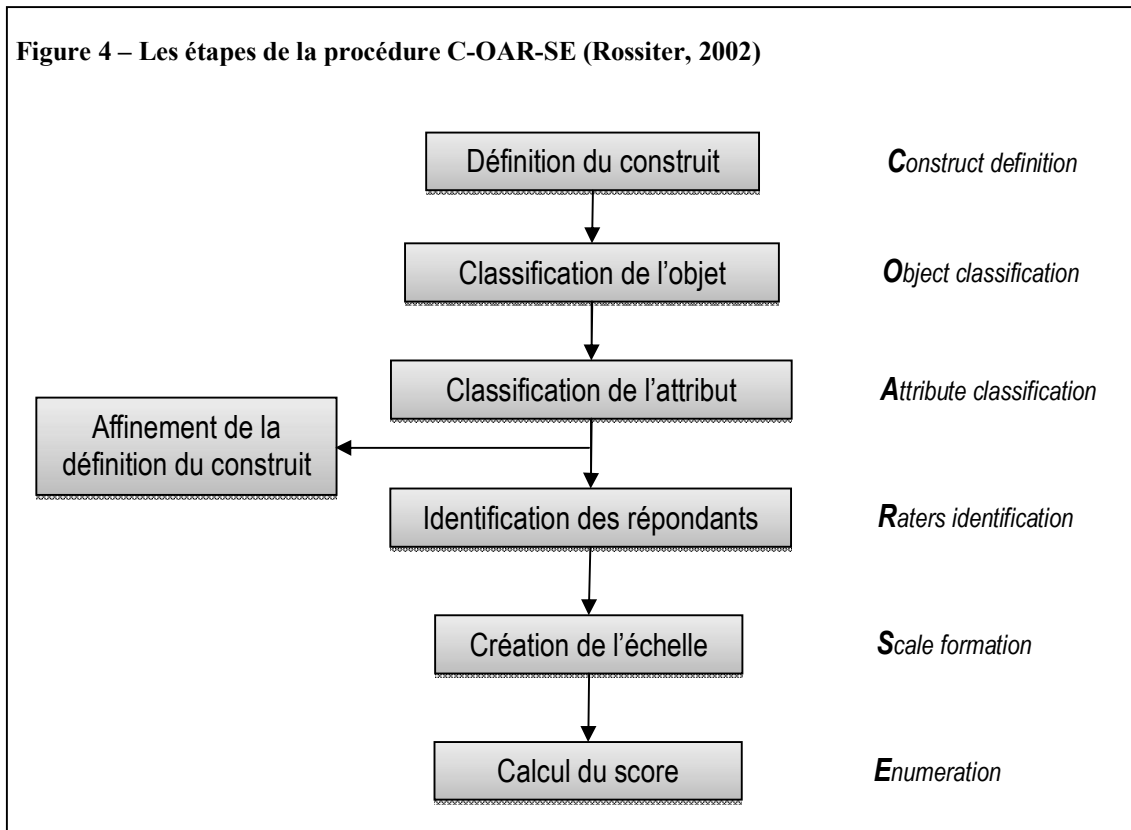
La procédure de Churchill (1979) a bien sûr donné lieu à des analyses et des recherches qui se sont intéressées en particulier à la question de la fiabilité et ont suggéré des amendements (Churchill et Peter, 1984 ; Peterson, 1994 ; Finn et Kayandé, 1997 ; Smith, 1999 ; Flynn et Pearcy, 2001). Mais aucune nouvelle procédure complète de développement d'échelle n'a été proposée, jusqu'à Rossiter (2002).

Rossiter est virulent vis-à-vis de ceux qui développent des échelles en utilisant systématiquement la procédure churchillienne sans se poser de questions. Cet aveuglement aurait mené à la construction d'échelles de mesure suspectes. Il estime qu'un grand nombre de modèles théoriques et de recherches empiriques en marketing sont faux ou, au moins, flous, parce qu'ils reposent sur des échelles de mesure inappropriées. Il dénonce en particulier la suppression d'items conceptuellement nécessaires ou l'ajout d'items inutiles afin d'améliorer les indices statistiques. Pour Rossiter (2002), il n'y a qu'une seule validité essentielle : la validité du contenu. Il recommande une nouvelle solution pour la construction d'échelles de mesure : la procédure C-OAR-SE. Il en appelle à la raison et invite les chercheurs à réfléchir minutieusement à la nature du construit étudié en commençant par donner une définition solide de celui-ci. Pour autant, il ne rejette pas la procédure de Churchill : il estime qu'elle ne doit être utilisée que dans un cas précis.

Création d'une échelle de mesure de l'« hospitaliérity » à l'aide de la procédure C-OAR-SE

Une échelle de mesure de l'« hospitaliérity » a été développée en suivant la procédure C-OAR-SE de Rossiter (*ibid.*) qui comporte six étapes (*cf.* Figure 4). Bien évidemment, il serait infructueux de poser directement la question : « Êtes-vous hospitalier ? » Il faut donc identifier des attitudes permettant de juger si les propriétaires de maison d'hôtes sont hospitaliers. Pour Rossiter un construit est un phénomène d'intérêt théorique dont la définition conceptuelle doit comporter (1) l'objet et ses constituants, (2) l'attribut et ses composants et

(3) les répondants afin d'indiquer comment le construit sera mesuré opérationnellement. Le construit ici étudié est L'« HOSPITALIÉRIÉTÉ » (attribut) D'UN PROPRIÉTAIRE DE MAISON D'HÔTES (objet) ÉVALUÉE PAR LUI-MÊME (répondant).



Rossiter (*ibid.*) distingue les objets (1) concrets, (2) abstraits collectifs et (3) abstraits formés. Diamantopoulos (2005) trouve que la distinction entre les objets abstraits collectifs et les objets abstraits formés est floue. Il semblerait en effet plus logique de différencier :

- 1) les objets concrets singuliers comme IBM ou la maison d'hôtes « la Gurinière » à Malakoff ou un individu ;
- 2) les objets abstraits collectifs prototypiques, comme les publicités effrayantes ou les restaurants McDonald's, constitués d'un ensemble représentatif d'objets concrets ;
- 3) les objets abstraits collectifs inclusifs, constitués d'un ensemble exhaustif d'objets concrets, comme les apéritifs à base de vin qui regroupent les vermouths, les vins doux naturels, les vins de liqueurs et les quinquinas (Cinotti, 2006).

Si l'on adopte cette classification, l'objet est ici un individu, un propriétaire de maison d'hôtes évaluant sa propre « hospitalité ». Il est donc concret.

Rossiter (2002) distingue les attributs (1) concrets, (2) abstraits formés et (3) abstraits révélateur. Le niveau de revenu ou le goût (pour quelque chose) sont des attributs concrets. Les attributs abstraits formés sont formés de composants principaux qui sont soit des attributs concrets soit des attributs abstraits formés de second ordre eux-mêmes constitués d'attributs concrets. La qualité de service ou la classe sociale appartiennent à cette catégorie. Quant aux attributs abstraits révélateurs, il s'agit de traits internes ou d'états révélés à partir de manifestations extérieures concrètes ou composés d'attributs abstraits révélateurs de second ordre eux-mêmes composés d'un échantillon de manifestations extérieures. Rossiter cite comme exemple l'implication ou le besoin d'excitation. Nous avons défini l'« hospitalité » (*hospitality*) comme le trait de caractère des personnes hospitalières. Il s'agit donc d'un attribut abstrait révélateur. Or, selon Rossiter, dans le cas d'un objet concret et d'un attribut révélateur, le recours à la procédure de Churchill (1979) est justifié. Nous pouvons donc, en toute connaissance de cause, appliquer celle-ci.

Le troisième étage de la fusée OAR, ce sont les répondants (*raters*). Pour Rossiter (2002), il faut prendre en compte, dans le développement d'une échelle de mesure, l'entité évaluatrice. Il peut s'agir (1) d'un individu, (2) d'un groupe d'individus ou (3) d'experts. Le type de répondant a une influence sur la méthode d'estimation de la fiabilité du résultat obtenu. Dans le cas du construit étudié ici, l'entité évaluatrice est un individu, un propriétaire de maison d'hôtes amené à évaluer sa propre « hospitalité ».

À partir de la littérature concernant les chambres d'hôtes et B&B ainsi que de quinze entretiens exploratoires menés par des étudiants de niveau master 1 en hôtellerie-tourisme auprès de propriétaires de maison d'hôtes, des items ont été créés qui concernent les comportements, les attitudes et les motivations. Le questionnaire⁹⁰ comporte aussi des questions sur la maison d'hôtes et le propriétaire lui-même. Des précautions suggérées par Rossiter (2002) ont été prises lors de l'élaboration des questions. Ainsi, selon Rossiter, il ne faut pas utiliser l'échelle de Likert car on risque d'obtenir des réponses ambiguës. En particulier, il faut absolument éviter, comme c'est le cas dans certaines échelles de mesure, de placer une notion d'intensité dans l'item lui-même. Par exemple, lorsque, en réponse à l'item « *J'offre rarement un cadeau à mes hôtes* », une personne coche « *Tout à fait en désaccord* », cela signifie-t-elle qu'elle en offre très souvent ou jamais ? Rossiter (*ibid.*) recommande donc que la référence à l'intensité soit placée dans l'échelle elle-même. Il a donc été choisi d'utiliser quand même l'échelle de Likert, mais en veillant à ne pas placer d'expression de l'intensité

⁹⁰ En ligne à l'adresse <<http://tinyurl.com/yh8a4n4>>.

dans l'item. L'échelle sémantique différentielle dont l'efficacité méthodologique est avérée est aussi utilisée (Vermette, 1991).

Le questionnaire a été administré en ligne. Les adresses électroniques de propriétaires de maison d'hôtes ont été collectées principalement sur les sites *Annuaire des chambres d'hôtes et gîtes de France* et *Chambres d'hotes en France* pour créer un échantillon de convenance. Au total, 4 914 courriels ont été envoyés, incitant les destinataires à compléter un questionnaire en ligne⁹¹. Au final 481 réponses dont 460 exploitables ont été obtenues. Le taux de réponse s'élève donc à 9,8 %.

Les maisons d'hôtes des répondants se situent dans toutes les régions françaises, sauf la Corse. Les régions les mieux représentées sont les plus touristiques : PACA (66 réponses), Bourgogne (43), Midi-Pyrénées (39), Pays de Loire (32), Île de France (31). La moyenne d'âge des propriétaires qui ont répondu est de 52 ans. Sur les 460 répondants, 53 % affirment qu'ils proposent également une table d'hôte. Ils tiennent des chambres d'hôtes en moyenne depuis six ans.

Une analyse en composante principale a été menée selon les modalités connues sous le nom de « Little-Jiffy » (Kaiser, 1970). Elle révèle quatre dimensions : deux sur des variables d'attitude, une sur des variables liées à des comportements des hôtes, une sur des variables de maîtrise des langues étrangères. De manière à ne pas mélanger des variables de types différents, seules les deux dimensions attitudinales ont été retenues (*cf.* Tableau 3) puisque l'« hospitalité » est un trait de caractère.

⁹¹ En ligne à l'adresse <<http://tinyurl.com/yh8a4n4>>.

Tableau 3 – Matrice des composantes après rotation

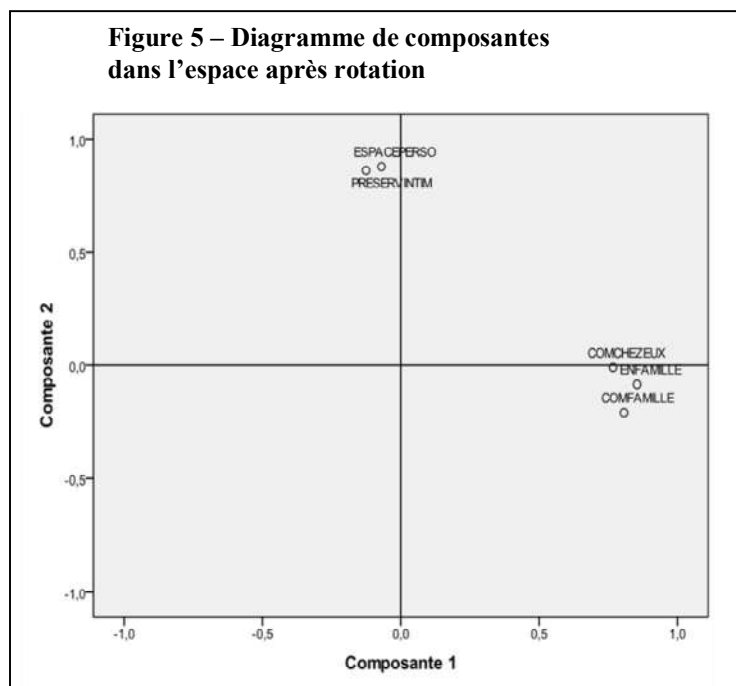
DIMENSION	VARIABLES	ITEM	Composante		Fiabilité
			1	2	Alpha de Cronbach
PARTAGE	ENFAMILLE	Je veux que mes hôtes se sentent comme accueillis dans une famille.	0,854	-0,085	0,747
	COMCHEZEUX	Je veux que mes hôtes se sentent dans ma maison comme chez eux.	0,767	-0,010	
	COMFAMILLE	Recevoir un hôte, c'est comme accueillir très souvent chez soi quelqu'un de sa famille.	0,807	-0,207	
CHEZ SOI	PRESERVINTIM	Je tiens à préserver mon intimité	-0,126	0,861	0,697
	ESPACEPERSO	Pour moi, avoir un espace de vie personnel séparé des espaces réservés aux hôtes, c'est peu important... très important	-0,070	0,878	

Méthode d'extraction : Analyse en composantes principales.

Méthode de rotation : Varimax avec normalisation de Kaiser.

La rotation a convergé en 3 itérations

La Figure 5 montre que les variables de deux dimensions sont bien distinctes.



Selon Rossiter (2002), dans le cas d'un objet concret et d'un attribut abstrait révélateur, comme c'est le cas avec le construit étudié ici, le calcul du score résulte de la moyenne arithmétique des scores des attributs. Les scores factoriels ont donc été enregistrés dans deux nouvelles variables nommées PARTAGE et CHEZSOI.

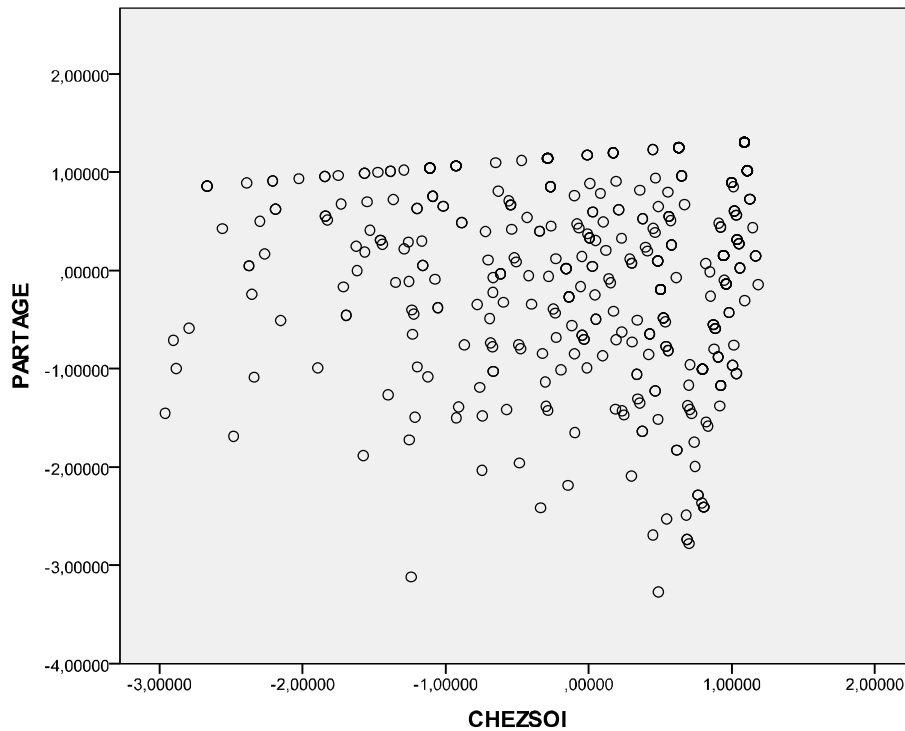
Typologie des propriétaires de maison d'hôtes

Après avoir créé l'échelle de l'« hospitalité », il est possible de réaliser une analyse typologique afin de voir s'il existe des groupes de propriétaires de maison d'hôtes dont l'« hospitalité » et le comportement seraient distincts. Une méthode non hiérarchique, celle des nuées dynamiques, a été adoptée, car les observations sont nombreuses (Évrard, Pras et Roux, 2003, p. 430).

À l'aide de la boîte à moustache de SPSS, 17 observations atypiques ont été identifiées et les 17 lignes correspondantes supprimées afin d'avoir une population plus homogène (n = 443). Une nouvelle ACP a été pratiquée pour obtenir les nouveaux scores factoriels.

Le graphique présentant la projection des variables PARTAGE et CHEZSOI (cf. Figure 6) ne permet pas d'identifier le nombre de classes de la typologie.

Figure 6 – Projection des individus dans le plan factoriel



Il a été décidé de procéder à plusieurs analyses en limitant le nombre d'itérations à dix et d'étudier le nombre d'itérations pour parvenir à la convergence. La classification en trois classes a été retenue.

Afin de définir les profils des répondants, des tableaux ont été réalisés croisant la classe d'affectation et toutes les variables nominales et ordinales. Le Tableau 4 présente seulement les variables pour lesquelles une relation est significative ($p < 0,05$).

Tableau 4 – Variables ayant une relation significative avec les classes d'affectation

Variables	χ^2	p	V de Cramer	Force de la relation*
HEUREARRIVEE	18,815	0,004	0,149	faible
POTARRIV	19,849	0,003	0,154	faible
TABLE	12,883	0,012	0,171	faible
CONTACT2	8,553	0,014	0,142	faible
REVCOMP2	9,537	0,008	0,150	faible
DECOUVRI	17,140	0,000	0,201	faible
CUISINER	8,181	0,017	0,192	faible

*Selon l'interprétation du V de Cramer proposée par Davis (1971).

Tableau 5 – Tableau croisé des variables statistiquement liées aux classes d'affectation

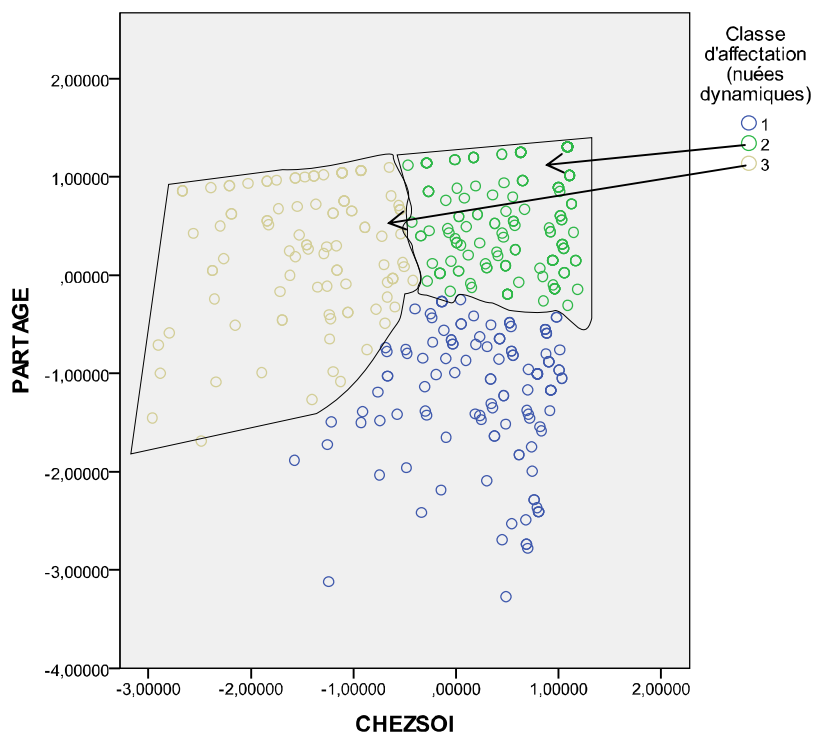
Variables	Item	Codage	Classe d'affectation (nuées dynamiques)			Total
				1	2	
HEUREARRIVEE	Imposez-vous des heures d'arrivée à vos hôtes ? <ul style="list-style-type: none"> • 0 = Non • 1 = J'envisage de le faire • 2 = Oui, parfois • 3 = Oui systématiquement 	0	41 %	38 %	56 %	183
		1	1 %	1 %	0 %	3
		2	22 %	26 %	29 %	107
		3	36 %	36 %	15 %	131
	Total		100 %	100 %	100 %	424
POTARRIV	Offrez-vous un pot d'accueil à vos hôtes à leur arrivée ? <ul style="list-style-type: none"> • 0 = Non • 1 = J'envisage de le faire • 2 = Oui, parfois • 3 = Oui systématiquement 	0	35 %	17 %	16 %	93
		1	0 %	2 %	1 %	4
		2	39 %	41 %	47 %	175
		3	27 %	40 %	36 %	147
	Total		100 %	100 %	100 %	419
CONTACT2	Aujourd'hui quelles sont les raisons qui vous poussent à continuer à tenir une maison d'hôtes ?... Pour le contact avec les hôtes	0 = non	40 %	26 %	26 %	128
		1 = oui	60 %	74 %	74 %	296
	Total		100 %	100 %	100 %	424
REVENUCOMP2	...Pour générer un revenu complémentaire	0 = non	38 %	48 %	58 %	201
		1 = oui	62 %	52 %	42 %	223
	Total		100 %	100 %	100 %	424
DECOUVRI	...Parce que vous aimez faire découvrir votre région	0 = non	61 %	39 %	42 %	196
		1 = oui	39 %	61 %	58 %	228
	Total		100 %	100 %	100 %	424
CUISINER	...Parce que vous aimez cuisiner (si table d'hôte)	0 = non	64 %	41 %	49 %	109
		1 = oui	36 %	59 %	51 %	114
	Total		100 %	100 %	100 %	223
TABLE	Si vous proposez la table d'hôte, mangez-vous avec vos hôtes ? <ul style="list-style-type: none"> • 0 = Non • 1 = Oui, parfois • 2 = Oui, toujours 	0	25 %	14 %	10 %	35
		1	27 %	12 %	22 %	41
		2	48 %	74 %	67 %	145
	Total		100 %	100 %	100 %	221

À l'observation du Tableau 5 qui croise les variables non métriques statistiquement significatives (cf. Tableau 4) et les classes d'affectation, il s'avère difficile de distinguer les

classes 2 et 3, si ce n'est que les individus du groupe 3 déclarent imposer moins souvent une heure d'arrivée à leurs hôtes. Par contre, les individus du groupe 1 se différencient par le fait qu'ils sont moins conviviaux : ils offrent moins souvent un pot à l'arrivée ; ils déclarent un peu moins que les autres continuer à tenir une maison d'hôtes pour le contact avec les hôtes et pour faire découvrir leur région. De plus, ces individus affirment plus rechercher un revenu complémentaire. S'ils proposent une table d'hôte, ils déclarent moins souvent manger avec leurs hôtes et aimer faire la cuisine. Ils sont donc sans doute moins hospitaliers.

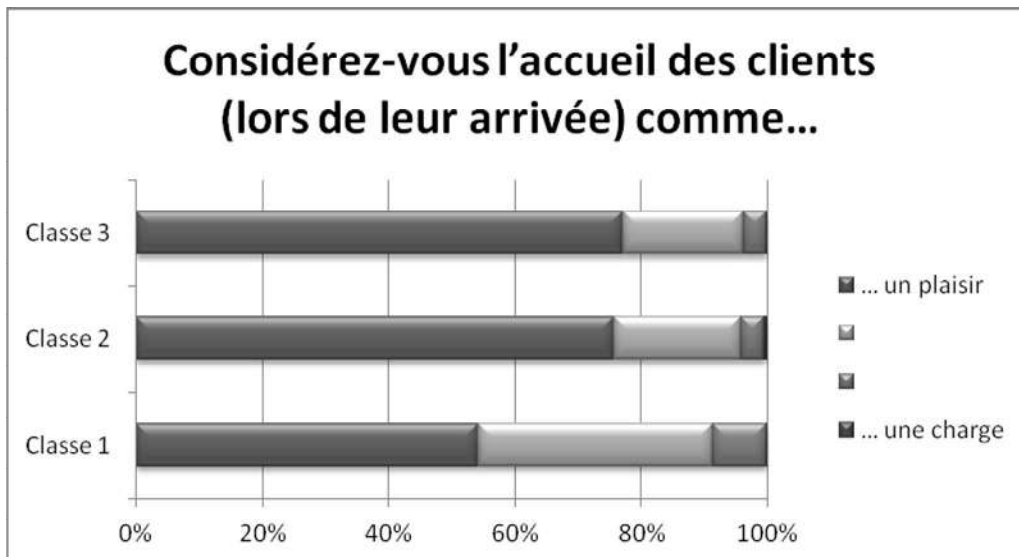
La Figure 7 montre que la classe 3 est très hétérogène. En fait, les classes 2 et 3 regroupent des individus qui ont un score de PARTAGE élevé et la classe 1 des répondants avec un score de PARTAGE plus faible, d'où leur plus faible convivialité, et une volonté de protéger son chez-soi plutôt élevée.

Figure 7 – Représentation des individus dans le plan factoriel issu de l'ACP



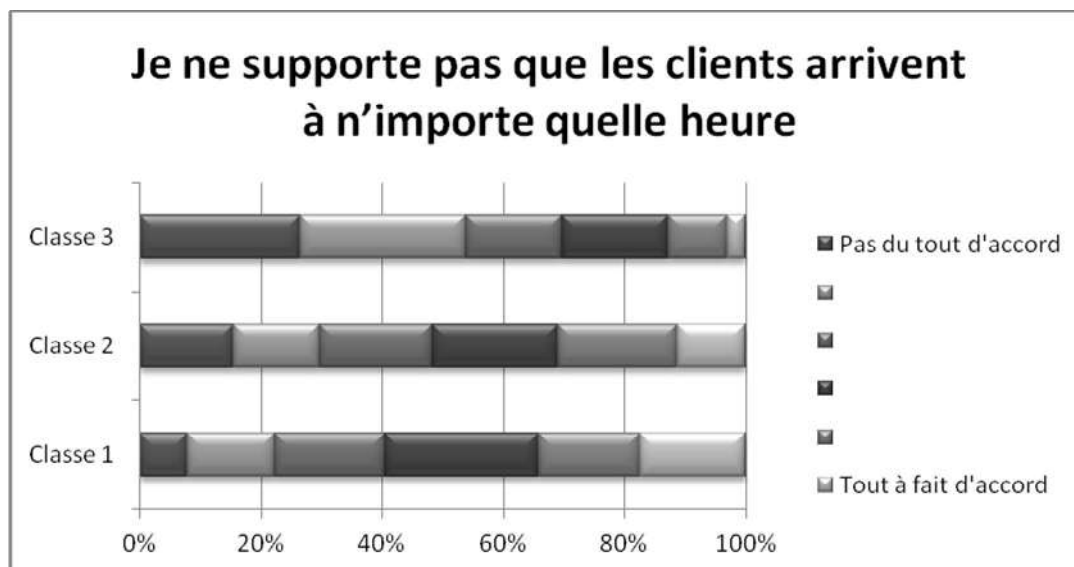
On vérifie également la spécificité des individus de la classe 1 en étudiant les relations entre les classes d'affectation et les variables métriques en écartant bien sûr celles qui ont participé à l'échelle de l'« hospitalité ». Les relations sont toutes significatives ($p < 0,05$), mais seuls les résultats les plus discriminants ont été retenus dans l'analyse qui suit.

Figure 8 – Classes d'affectation × ACCUEIL



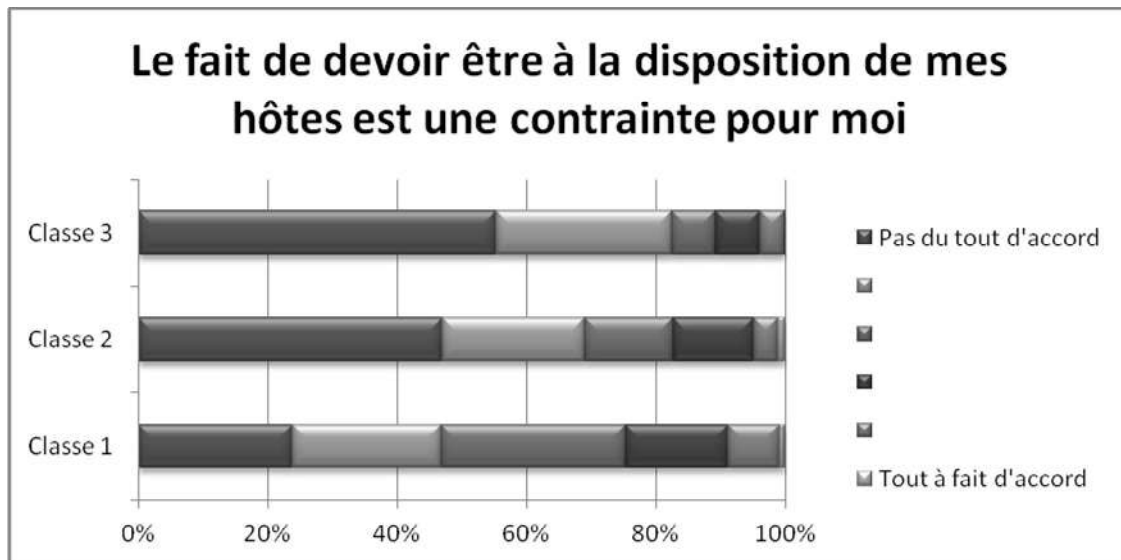
Si de nombreux individus de l'échantillon répondent qu'ils considèrent l'accueil des clients comme un plaisir, c'est dans la classe 1 que l'adhésion totale à cette idée est la moins grande (cf. Figure 8).

Figure 9 – Classes d'affectation × SUPPORTHEURE



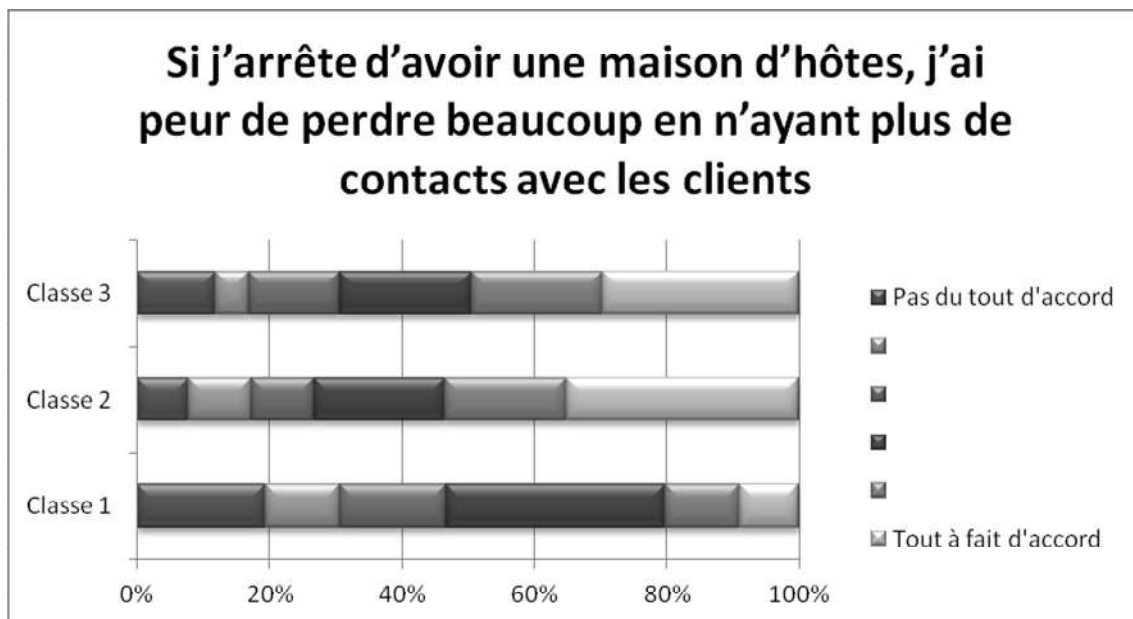
Les propriétaires de chambres d'hôtes de la classe 1 sont un peu plus sensibles que les autres à l'heure d'arrivée de leurs clients (Figure 9). Cependant, ils n'ont pas plus tendance que ceux des autres classes à imposer une heure d'arrivée (cf. Tableau 5).

Figure 10 – Classes d'affectation × CONTRAINTEDISPO



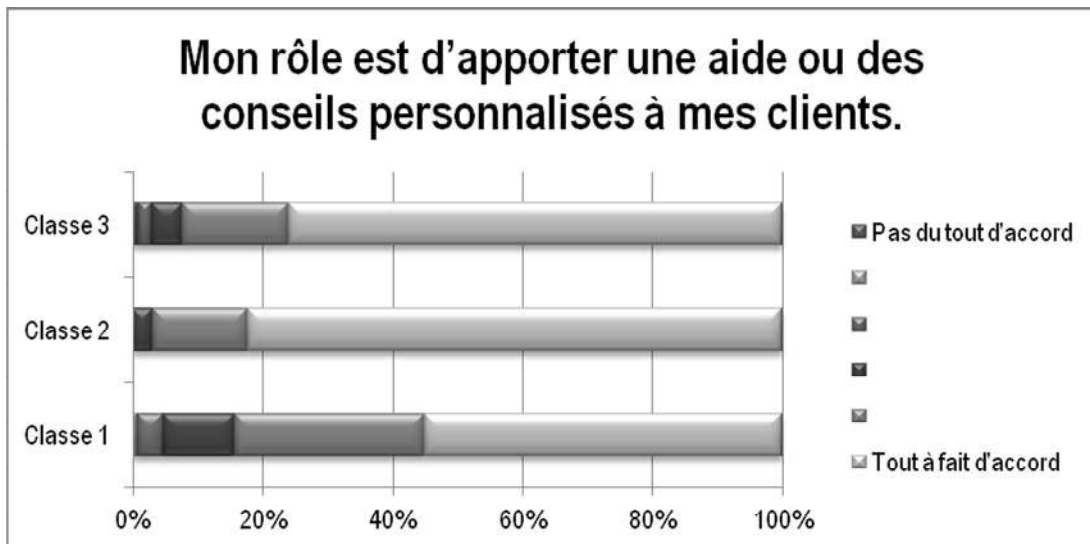
La Figure 10 révèle que c'est dans la classe 1 qu'il y a le moins de personnes qui refusent d'affirmer que le fait d'être à la disposition des hôtes est une contrainte.

Figure 11 – Classes d'affectation × PERTECONTACTS



Les rapports avec les hôtes des répondants de la classe 1 apparaissent plus distants. En effet, en cas d'arrêt de l'activité d'hébergement en chambre d'hôtes, la perte de contacts avec les clients n'est pas ce qui les effraye (Figure 11) contrairement à ceux des deux autres classes. Ils sont aussi moins nombreux à être persuadés que leur rôle est d'aider leurs clients (Figure 12).

Figure 12 – Classes d'affectation × CONSEILPERSO



Dans ces conditions, il ne faut pas s'étonner que les personnes de la classe 1 déclarent avoir moins tissé des liens d'amitié avec de nombreux clients (Figure 13) et moins leur faire la bise (Figure 14).

Figure 13 – Classes d'affectation × AMITIES

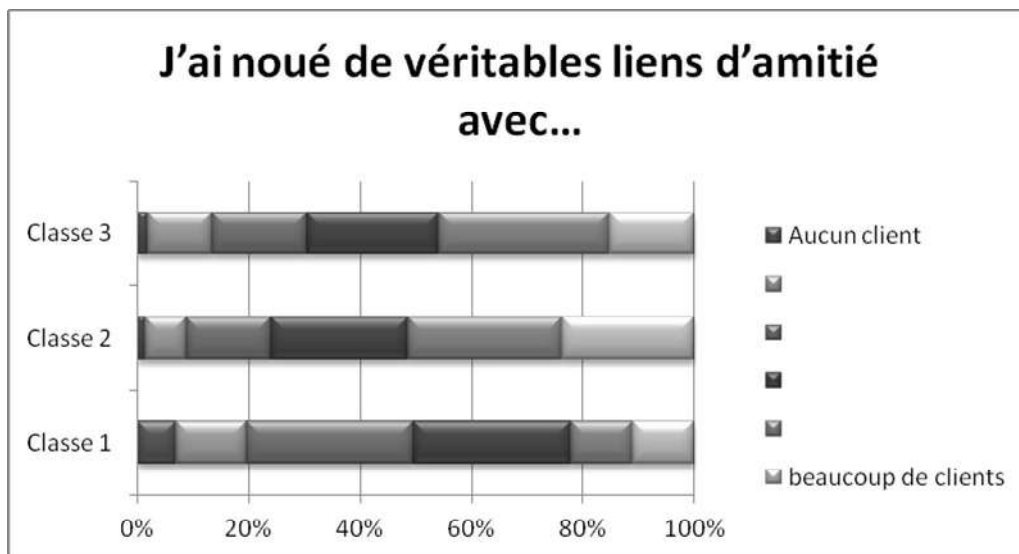
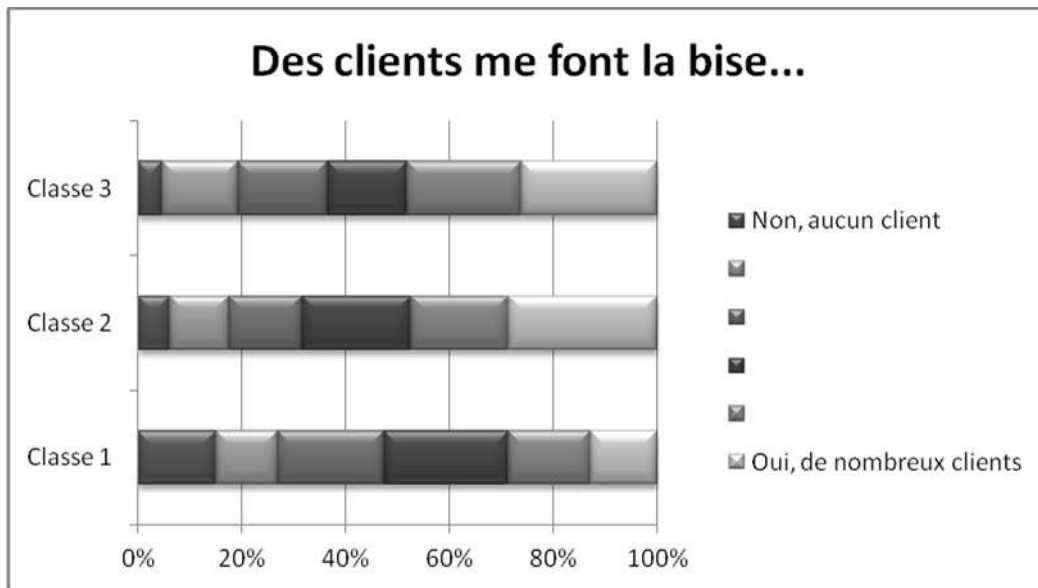
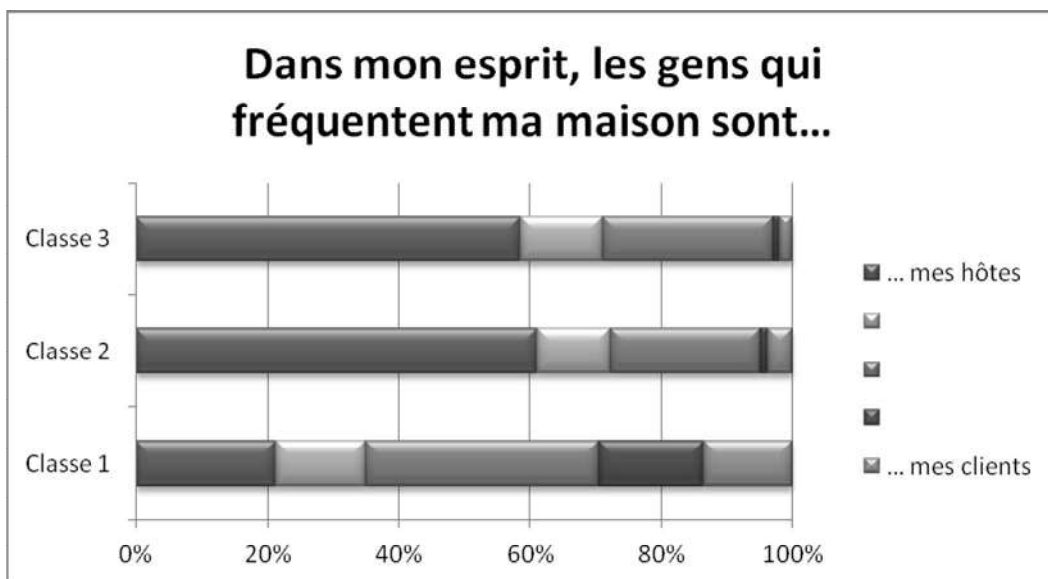


Figure 14 – Classes d'affectation × BISE



Mais le résultat le plus remarquable (Êta⁹² les plus élevés) est celui obtenu en croisant les classes d'affectation et la variable HOTEVSCLIENT (cf. Figure 15).

Figure 15 – Classes d'affectation × HOTEVSCLIENT



Une partie des individus de la classe 1 se distinguent par le fait qu'ils ont du mal à considérer les personnes qu'ils accueillent comme des hôtes.

La typologie créée, fondée sur l'échelle de l'« hospitalité », permet de différencier trois groupes d'individus. Un groupe, la classe 1, apparaît constitué de propriétaires de chambres d'hôtes dont le score de partage est plus faible et l'objectif plus commercial. L'hypothèse H₁

⁹² L'Êta est un coefficient partiel de régression qui mesure le pourcentage de variance entre une variable nominale et une variable d'intervalle (Garson, 2008).

est donc rejetée. L'hypothèse alternative H_0 , selon laquelle les propriétaires de chambres d'hôtes ne sont pas tous hospitaliers, est validée. Il ne suffit pas de pratiquer l'hospitalité pour être hospitalier.

Conclusion

Cette recherche a permis de mettre en évidence que, dans une maison d'hôtes, trois types d'hospitalité sont pratiquées : l'hospitalité territoriale (avec les clients étrangers) ; l'hospitalité domestique, du fait que le propriétaire reçoit dans sa résidence ; et l'hospitalité commerciale puisque le service est fourni à titre onéreux. Elle a aussi été l'occasion de distinguer hospitalité et « hospitaliérité ».

Mais cette étude présente des limites. D'abord parce que l'enquête repose sur les déclarations des répondants et non pas sur des constats. On sait qu'il existe un biais déclaratif et une tendance à vouloir paraître socialement désirable (Baumgartner et Steenkamp, 2006). De plus, les répondants ne sont peut-être pas tout à fait représentatifs de l'ensemble des propriétaires de maison d'hôtes. En 2008, la France comptait 38 000 chambres d'hôtes (Le Garrec et Lévy, 2008, p. 104). Mais cette donnée ne prend en compte que les quatre plus importants labels de chambres d'hôtes. Parmi les répondants de l'enquête menée ici, 77,2 % appartiennent à un de ces labels et le nombre moyen de chambres par maison d'hôtes est de 3,34. Une extrapolation permet donc d'estimer que les 4 914 adresses électroniques de maison d'hôtes récoltées correspondent à 16 419 chambres d'hôtes soit environ un tiers des 49 240 chambres d'hôtes françaises. D'autre part, le taux de réponse n'a été que de 9,8 %. Ce ne sont donc qu'un peu plus de 3 % des propriétaires de maison d'hôtes qui ont répondu. C'est pourquoi il faut être prudent avant de généraliser les résultats à l'ensemble de la profession.

Parmi les voies de recherche envisagées, il semble intéressant d'explorer le point de vue des clients de maison d'hôtes. Il faudrait développer une échelle de l'« hospitaliérité », perçue par les touristes, de propriétaires de maison d'hôtes – un autre construit que celui étudié ici, selon Rossiter (2002) – et la mettre en relation avec l'« hospitaliérité » des propriétaires étudiée ici.

Bibliographie

- ARAMBERRI Julio, « *The Host Should Get Lost: Paradigms in the Tourism Theory* », *Annals of Tourism Research*, vol. 28, issue 3, p. 738-761, 2001.
- BAUMGARTNER Hans et STEENKAMP Jan-Benedict E. M., « *Response Biases in Marketing Research* », *The Handbook of Marketing Research*, Sage Publications, 2006.
- BROTHERTON Bob, « *Towards a definitive view of the nature of hospitality and hospitality management* », *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, vol. 11, n° 4, p. 165-173, 1999.
- BROTHERTON Bob et WOOD Roy C., « *Hospitality and hospitality management* », In Lashley Conrad & Morrison Alison (dir.), *In Search of Hospitality - Theoretical Perspectives and Debates*, Oxford, Butterworth-Heinemann, p. 77-99, 2000.
- CHURCHILL Gilbert A., « *A Paradigm for Developing Better Measures of Marketing Constructs* », *Journal of Marketing Research*, vol. 16, issue 1, p. 64-73, 1979.
- CHURCHILL Gilbert A. et PETER J, Paul, « *Research Design Effects on the Reliability of Rating Scales: A Meta-Analysis* », *Journal of Marketing Research*, vol. 21, issue 4, p. 360-375, 1984.
- CINOTTI Yves, « *Mesurer la qualité perçue d'un site web : une application de la procédure C-OAR-SE* », 29 p., 2006 [en ligne], *Actes du XXII^e congrès de l'association française de marketing*, Nantes, disponible sur : <http://www.afm-marketing.org/actes/com061pdf38_27.PDF>, (consulté le 15-9-2010).
- CINOTTI Yves, « *Étude des dimensions de l'hospitalité touristique d'une destination* », 29 p., 2008 [en ligne], *Proceedings of the 7th International Congress "MarketingTrends"*, Venise, disponible sur : <http://www.escp-eap.net/conferences/marketing/2008_cp/Materiali/Paper/Fr/Cinotti.pdf>, (consulté le 14-8-2011).
- CINOTTI Yves, *Hospitalité touristique : conceptualisation et études de l'hospitalité des destinations et des maisons d'hôtes*, 320 p., 2011 [en ligne], Thèse de doctorat en sciences du tourisme, Université de Perpignan Via Domitia, disponible sur : <http://yvcinotti.free.fr/Documents/THESE_Yves_CINOTTI.pdf>, (consulté le 20-6-2011).
- COVA Bernard, *Au-delà du marché : quand le lien importe plus que le bien*, Paris, L'Harmattan, 1995.
- COVA Véronique et GIANNELLONI Jean-Luc, « *Hospitalité et consommation touristique* », 20 p., 2008 [en ligne], *Actes des XIII^{es} journées de recherche en marketing de Bourgogne*, disponible sur : <<http://www.u-bourgogne.fr/leg/CERMAB/z-outils/documents/actesJRMB/JRMB13-2008/Cova%20Giannelloni.pdf>>, (consulté le 1-12-2008).

- COVA Véronique et GIANNELLONI Jean-Luc, « *Vers une approche de l'hospitalité au travers d'une mesure du concept de chez-soi - Étapes préliminaires* », 28 p., 2010 [en ligne], *Actes des IXe Journées Normandes de Recherche sur la Consommation*, Rouen, disponible sur : <http://www.cirmap-fea.org/fichiers/Cova_Giannelloni_Chez-soi_JNRC2010%20OK.pdf>, (consulté le 22-12-2010).
- DAVIS James A., *Elementary Survey Analysis*, Englewood Cliffs (NJ), Prentice-Hall, 1971.
- DEMEN-MEIER Christine, « *Nouvelle typologie des entreprises de la restauration en Europe* », 20 p., 2005 [en ligne], *Les TPE Artisanales en Devenir*, Montpellier, disponible sur : <<http://web.hec.ca/airepme/images/File/artisanat/demenmeier.pdf>>, (consulté le 19-9-2010).
- DIAMANTOPOULOS Adamantios, « *The C-OAR-SE Procedure for Scale Development in Marketing: A Comment* », *International Journal of Research in Marketing*, vol. 22, issue 1, p.1-9, 2005.
- ÉVRARD Yves, PRAS Bernard et ROUX Élyette, *Market*, 3^e édition, Paris, Dunod, 2003.
- FINN Adam et KAYANDÉ Ujwal, « *How Fine Is C-OAR-SE? A Generalizability Theory Perspective on Rossiter's Procedure* », *International Journal of Research in Marketing*, vol. 22 issue 1, p. 11-21, 2005.
- FLYNN Leisa Reinecke et PEARCY Dawn, « *Four Subtle Sins in Scale Development: Some Suggestions for Strengthening the Current Paradigm* », *International Journal of Market Research*, Quarter 4, vol. 43, issue 4, p. 409-423, 2001.
- GARSON G. David, « *Nominal-by-Interval Association Eta, the Correlation Ratio* », 2008 [en ligne], disponible sur : <<http://faculty.chass.ncsu.edu/garson/PA765/eta.htm>>, (consulté le 9-6-2010).
- GODBOUT Jacques, « *Recevoir, c'est donner* », 1977 [en ligne], *Communications (L'hospitalité)*, n° 65, p. 35-48, disponible sur : <http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/comm_0588-8018_1997_num_65_1_1985>, (consulté le 11-9-2010),
- GOTMAN Anne, *Le sens de l'hospitalité – Essai sur les fondements sociaux de l'accueil de l'autre*, Paris, Presses universitaires de France, 2001.
- GOTMAN Anne, « *France contemporaine, Un bricolage post-moderne* », In Montandon Alain (dir.), *Le livre de l'hospitalité - Accueil de l'étranger dans l'histoire et les cultures*, Paris, Bayard, p. 97-109, 2004.
- GRASSI Marie-Claire, « *Pour une histoire de l'hospitalité* », In Montandon Alain (dir.), *Lieux d'hospitalité – Hospices, hôpital, hostellerie*, Clermont-Ferrand, Presses Universitaires Blaise Pascal, p. 27-40, 2001.
- HEMMINGTON Nigel, « *From Service to Experience: Understanding and Defining the Hospitality Business* », *The Service Industries Journal*, vol. 27, issue 6, p. 747-755, 2007.

- HEPPLE Jill, KIPPS Michael et THOMSON James, « *The concept of hospitality and an evaluation of its applicability to the experience of hospital patients* », *International Journal of Hospitality Management*, vol. 9, issue 4, , p. 305-318, 1990.
- HUNT Shelby D., « *Objectivity in Marketing Theory and Research* », *Journal of Marketing*, vol. 57, issue 2, p. 76-81, 1993.
- KAISER Henry F., « *A second generation Little-Jiffy* », *Psychometrika*, vol. 35, p. 401-405, 1970.
- KAUFMAN Tammie J., WEAVER Pamela A. et POYNTER Julia, « *Success Attributes of B&B Operators* », *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, vol. 37, p. 29 - 33, 1996.
- KING Carol A., « *What is hospitality?* », *International Journal of Hospitality Management*, vol. 14, issues 3-4, p. 219-234, 1995.
- LE GARREC Marie-Anne et LEVY Béatrice (coord.), *Le tourisme en France*, Paris, INSEE références, 2008.
- LASHLEY Conrad, « *Towards a Theoretical Understanding* », In Lashley Conrad et Morrison Alison (dir.), *In Search of Hospitality - Theoretical Perspectives and Debates*, Oxford, Butterworth-Heinemann, p. 1-17, 2000.
- LECRIVAIN Charles, « *Hospitium* », In Daremberg Charles, Saglio Edmond (dir.), *Dictionnaire des antiquités grecques et romaines d'après les textes et les monuments*, Tome 3, Volume 1, p. 294-304, 1877-1919 [en ligne], disponible sur : <<http://dagr.univ-tlse2.fr/sdx/dagr/index.xsp>>, (consulté le 13-8-2010).
- MANI Zied, « *De l'hospitalité à l'hospitalité virtuelle : revue de la littérature et voies de recherche* », 32 p., 2010 [en ligne], *Actes des IX^{es} Journées normandes de recherches sur la consommation*, Rouen, disponible sur : <<http://www.cirmap-fea.org/fichiers/Mani%20Zied%20papier%20ATM2010.pdf>>, (consulté le 14-1-2011).
- MANZI Joachim et TOUDOIRE-SURLAPIERRE Frédérique, « *L'étranger; L'inconnu qui frappe à ma porte* », In Montandon Alain (dir.), *Le livre de l'hospitalité - Accueil de l'étranger dans l'histoire et les cultures*, Paris, Bayard, p. 1108-1121, 2004.
- MAUSS Marcel et « *Essai sur le don, Forme et raison de l'échange dans les sociétés archaïques* », *Sociologie et Anthropologie, 1923-1924*, Paris, PUF, p. 143-279, 1995.
- MICHEL Franck, *L'autre sens du voyage, Manifeste pour un nouveau départ*, Paris, Éditions Homnisphères, 2003.
- MILON Alain, « *L'étranger dans la figure de l'hospitalité : rôle et place d'une anthropologie pragmatique* », In Montandon Alain (dir.), *Lieux d'hospitalité – Hospices, hôpital, hostellerie*, Clermont-Ferrand, Presses Universitaires Blaise Pascal, p. 41-49, 2001.
- MONTANDON Alain, « *Lieux d'hospitalité* », In Montandon Alain (dir.), *Lieux d'hospitalité – Hospices, hôpital, hostellerie*, Clermont-Ferrand, Presses Universitaires Blaise Pascal, p. 13-25, 2001.

- MONTANDON Alain, « *Introduction* », In Montandon Alain (dir.), *Le livre de l'hospitalité - Accueil de l'étranger dans l'histoire et les cultures*, Paris, Bayard, p. 16-20, 2004.
- PEROL Céline, « *Commerce – Au sanglier bleu* », In Montandon Alain (dir.), *Le livre de l'hospitalité - Accueil de l'étranger dans l'histoire et les cultures*, Paris, Bayard, p. 1769-1778, 2004.
- PETERSON Robert A., « *A Meta-Analysis of Cronbach's Coefficient Alpha* », *Journal of Consumer Research*, vol. 21, issue 2, p. 381-391, 1994.
- RAFFESTIN Claude, « *Réinventer l'hospitalité* », 1977 [en ligne], *Communications (L'hospitalité)*, n° 65, p. 165-177, disponible sur : <http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/comm_0588-8018_1997_num_65_1_1997>, (consulté le 11-9-2010).
- RICŒUR Paul, « *Étranger, moi-même* », In *Semaines Sociales - L'immigration, défis et richesses*, Paris, Bayard Éditions, p. 93-106, 1998.
- ROBERT Paul, REY Alain et MORVAN Danièle, *Le grand Robert de la langue française*, Deuxième édition du dictionnaire alphabétique et analogique de la langue française de Paul Robert, Paris, Dictionnaires Le Robert, 6 vol, 2001.
- ROSSITER John R., « *The C-OAR-SE Procedure for Scale Development in Marketing* », *International Journal of Research in Marketing*, vol. 19, issue 4, p. 305-335, 2002.
- SCHEOU Bernard, « *Les réseaux sociaux d'hospitalité, pratiques subversives ou expression de la post-modernité ?* », Actes du colloque 'Fins et Confins du Tourisme', Grenoble, 32 p., 2009.
- SCHERER René, *Zeus hospitalier; Éloge de l'hospitalité*, Paris, A, Colin, 1993.
- SMITH Anne M., « *Some Problems When Adopting Churchill's Paradigm for the Development of Service Quality Measurement Scales* », *Journal of Business Research*, vol. 46, issue 2, p. 109-120, 1999.
- STRINGER Peter F., « *Hosts and Guests – The Bed-And-Breakfast Phenomenon* », *Annals of Tourism Research*, vol. 8, issue 3, p. 357-376, 1981.
- TELFER Elizabeth, « *The Philosophy of Hospitableness* », In Lashley Conrad et Morrison Alison (dir.), *In Search of Hospitality - Theoretical Perspectives and Debates*, Oxford, Butterworth-Heinemann, p. 38-55, 2000.
- VERNETTE Éric, « *L'efficacité des instruments d'études : évaluation des échelles de mesure* », *Recherche et applications en marketing*, vol. VI, n° 2, p. 43-64, 1991.
- VICTOR François, *Mesure du poids socio-économique des meublés et des chambres d'hôtes labellisés*, 62 p., 2005 [en ligne], disponible sur : <http://www.tourisme.gouv.fr/stat_etudes/etudes/entreprises/poids-socio-economique-des-meubles.pdf>, (consulté le 6-9-2010).

4.3. Diversité des regards et conflits valeurs : comprendre les territoires du tourisme

Marie-Laure GUILLAND

EHESS et Paris 3

Résumé

Cette présentation propose un cadre d'analyse permettant de questionner et de comprendre les sources des conflits en territoires touristiques. Sur un territoire, divers regards sont portés sur les sites qui font l'objet de processus de patrimonialisation et de mise en tourisme. Ces regards qui se croisent sont porteurs de différents systèmes de valeurs qui influencent la manière de s'approprier et d'(inter)agir autour des sites en question. Cette rencontre de subjectivités d'acteurs endogènes et exogènes implique une série « d'épreuve de justification » qui amène les parties prenantes (l'Etat, les populations et autorités locales, les scientifiques, l'industrie du tourisme et les peuples autochtones) à négocier l'avenir patrimonial et touristique des sites. Chacun tente de légitimer un système de valeurs qui appuie, s'oppose ou s'adapte à l'activité touristique et aux pratiques patrimoniales. Cette grille de lecture sera illustrée par trois cas de mise en tourisme de sites archéologiques colombiens.

Mots clés : Tourisme, Patrimoine, Regards, Valeurs, « Epreuve de justification », Colombie

Abstract

This presentation provides an analytical framework in order to question and understand the sources of conflict in tourist areas. In a territory, various gazes are worn on sites that are the subject of heritage process and tourism development. Those gazes that cross are carriers of different value systems that influence the way of appropriating and (inter) act around the sites. This meeting of subjectivities of endogenous and exogenous actors involves a series of "test of justification" that leads the stakeholders (State, communities and local authorities, scientists, industry, tourism and indigenous peoples) to negotiate the future of heritage and tourism sites. Every actor is trying to legitimize a value system that supports, opposes or adapts to the tourism and patrimonial practices. This grid to analyse will be illustrated by three cases of tourism development of archaeological sites in Colombia.

Keywords : Tourism, Heritage, Gazes, Values, "Test of justification", Colombia

I. Introduction

Le tourisme en pleine expansion depuis plusieurs décennies contribue à catalyser les échanges à l'échelle mondiale. Les flux humains, culturels, techniques, économiques, qu'il engage sont à la fois facteurs et symptômes des mobilités qu'il suscite. Le tourisme loin de se réduire aux simples rencontres interculturelles localisées entre des populations venant du "nord" (touristes) et du "sud" (population réceptrice) implique une complexité sociale en réseau à plusieurs échelles. L'émergence d'une destination touristique doit être analysée comme le produit de l'articulation entre des stratégies d'acteurs agissant au niveau local et les projections de discours et de savoirs académiques et institutionnels nationaux et internationaux. De fait au sein d'un territoire, la valorisation touristique des ressources matérielles, immatérielles ou naturelles, est souvent à l'origine de conflits entre acteurs aux référentiels variés. Cette présentation est l'occasion de proposer un cadre d'analyse permettant de questionner et de comprendre les sources des conflits en territoires touristiques à partir de la notion de regard, du concept de valeur et de l'idée d'épreuve de justification (Boltanski, Thévenot, 1991). Même si cette étude est illustrée par des cas concrets de mise en tourisme du patrimoine colombien, cet article vise à proposer une grille de lecture permettant de comprendre les territoires du tourisme en général et particulièrement ceux rattachés à la notion de patrimoine.

II. Vers une sociologie compréhensive du tourisme

« Le tourisme est une activité humaine relativement récente qui donne un nouveau sens et une nouvelle signification aux espaces, territoires et lieux [...] en introduisant de nouveaux acteurs sociaux [...]. Depuis notre point de vue, nous pensons qu'autant les images que les expériences touristiques contribuent indéniablement à la production sociale du lieu » (Pereir, De león, 2007, p. 19-21).

Le tourisme est un phénomène social tout à fait intéressant à étudier à partir de la sociologie compréhensive définie par M. Weber (Weber, 1995, p.27-96). Cette approche se propose d'étudier les comportements sociaux en tentant d'interpréter les significations que les acteurs confèrent à leur environnement et aux actions qu'ils y déploient. Le tourisme impliquant un territoire sur lequel plusieurs agents exercent des actions qui peuvent encourager, s'opposer ou limiter le phénomène touristique se prête tout à fait à cette approche. Il s'agit donc de comprendre quels « sens subjectifs »⁹³ motivent les actions qui interfèrent avec ou dans

⁹³ « La compréhension peut signifier d'une part la compréhension actuelles (aktuelles verstehen) du sens visé dans un acte [...] elle peut également signifier d'autre part une compréhension explicative (erklärendes verstehen) : Nous comprenons parce que nous saisissons la motivation (motivationsmassig) [...] Dans tous les

l'activité touristique en fonction également du sens que les différents acteurs ont donné et donnent aux territoires / sites concernés par le tourisme. Le « sens subjectif » recherché est informé par des cadres collectifs. Il s'agit donc d'analyser comment la compréhension des territoires touristiques par différents individus est façonnée par des représentations collectives qui déterminent leurs actions. Cela permettra ensuite de faire ressortir les différents regards et conflits de valeurs qui surviennent lors de l'émergence d'une destination touristique.

Quelle méthodologie

Cet article s'appuie sur la mise en tourisme de trois territoires colombiens connus pour leur patrimoine matériel grâce aux parcs archéologiques de San Agustín (Huila), Tierradentro (Cauca) et Teyuna Ciudad Perdida (Magdalena). Ces trois parcs sont administrés par l'Institut Colombien d'Anthropologie et d'Histoire (l'ICANH) qui dépend du ministère de la culture de Colombie. Ces sites sont, soit limitrophes (San Agustín) soit à l'intérieur (Teyuna Ciudad Perdida et Tierradentro) de *resguardos*, des territoires sous juridiction indigène. De plus, Teyuna Ciudad Perdida se trouve également au sein d'un parc naturel national (le Parc de la Sierra Nevada de Santa Marta).

Afin de mettre en avant les multiples valeurs qui s'affrontent entre et à l'intérieur des groupes d'acteurs impliqués par les processus de patrimonialisation et de développement touristique sur les territoires concernés, il est nécessaire de suivre une méthodologie appropriée à une sociologie qualitative. Pour ce faire, il faut dans un premier temps, repérer les acteurs en question : l'Etat, les populations et autorités locales, les scientifiques, l'industrie du tourisme et les peuples autochtones. C'est au travers d'entretiens semi directifs, dits compréhensifs (Kaufman, 1996), qu'il est d'abord possible de repérer quels regards et valeurs les différents acteurs accordent aux sites / territoires patrimonialisés et mis en tourisme. Pour cette étude, il ne s'agit en aucun cas de rendre compte de l'opinion des communautés dans leur ensemble mais d'analyser les valeurs en jeu au moment de négocier la gestion d'un site ou d'un territoire touristique. En ce sens, les principaux informateurs sont les leaders de communautés indigènes, villageoises ou paysannes et les représentants institutionnels ou politiques des groupes d'acteurs concernés par les cas d'étude.

cas nous avons affaire à des ensembles significatifs (Sinnzusammenhänge) compréhensibles, et nous considérons leur compréhension comme une explication (erklären) du déroulement effectif de l'activité. Pour une science qui s'occupe du sens de l'activité, « expliquer » signifie par conséquent la même chose qu'appréhender l'ensemble significatif auquel appartient, selon le sens visé subjectivement une activité actuellement compréhensible » M. Weber, *Economie et société*, Plon, Paris, 1995 (éd. 1995) P.34-35

Un travail d'observation est également pertinent pour cette étude. En se rendant directement sur les sites touristiques il est possible d'observer plus directement les interactions touristiques entre les différents acteurs présents sur le territoire. Ces observations viennent compléter, confirmer ou contredire certains discours recueillis lors d'entretiens. Aussi le travail d'observation rend-il indéniablement la recherche plus concrète. Sans observation il paraît difficile de se figurer les territoires en question.

Il est également important de consulter des corpus de littérature grise, les rapports et les correspondances officielles entre institutions notamment. Ces documents formalisent les revendications que chaque groupe d'acteurs cherche à mettre en avant. Ces rapports et communications officielles peuvent aussi s'ajouter ou se substituer aux informations recueillies lors d'observation au sein des réunions où se rencontrent les parties prenantes aux négociations ; rencontres aux quelles il n'est pas toujours évident d'assister.

Afin de repérer quelles valeurs l'industrie touristique met en avant, l'analyse des documents promotionnels est également intéressante : guides touristiques, sites Internet, prospectus, livres de voyages, documentaires, promotion visuelle directement sur les sites. Enfin les blogs et les forums de voyageurs sont des sources de premier ordre aujourd'hui puisque ces supports virtuels sont devenus de véritables carnets de voyage publiquement partagés. Ils offrent la possibilité d'accéder aux représentations des touristes avant et après leur voyage. Un ensemble de données réunies grâce à ce croisement de sources, permet une analyse qualitative cohérente. La suite de cet article propose une méthode qui vise à organiser le traitement des données disponibles grâce à ce matériau recueilli.

III. Les territoires du tourisme à la croisée des regards :

L'expérience du lieu⁹⁴ se caractérise par la capacité de l'homme de participer d'un environnement et par sa capacité de pouvoir observer un environnement comme étant externe et séparé de lui. L'expérience unissant l'homme à son environnement détermine subséquemment son regard et ses usages sur le lieu. Le regard est ainsi entendu comme la manière dont un individu ou un groupe d'individus perçoit et se représente son environnement. Reprenant le cadre d'analyse proposé par C. Larrère et R. Larrère pour lire le paysage (Larrère, Larrère, 1997, p.201-207) nous pouvons mettre en avant trois types de regards liés à l'émergence d'un territoire « projetisé »⁹⁵ à des fins patrimoniales et touristiques : un regard

⁹⁴ Pour une analyse plus approfondie de l'expérience du lieu voir : Berque A, *Ecoumène et Médiance*, éditions Belin, 2000.

⁹⁵ « L'espace s'apparente ainsi à une matière première qui, une fois conjuguée à un projet social, se transforme

informé, un regard initié, un regard formé ou esthétique et enfin un regard marchand que je rajoute. Tous sont légitimes mais ne mènent pas toujours aux mêmes perceptions et donc aux mêmes usages du lieu.

Les regards informés :

« Ce sont ceux qui dépendent d'un savoir ». Les scientifiques, les ingénieurs, tous les spécialistes qui portent un regard professionnel sur le paysage. En ce qui concerne les sites archéologiques, les regards informés sont ceux des archéologues, des anthropologues, des architectes voire des sociologues. Dans le cas du parc naturel national Sierra Nevada de Santa Marta ce sont ceux également des botanistes, des biologistes, de tous les scientifiques et experts en général qui ont travaillé sur les sites depuis leur découverte par le biais des institutions comme l'ICANH, les universités, Parc Naturel, ONG, les fondations et associations.

Les regards initiés :

« Ce sont ceux des personnes qui connaissent les lieux, les fréquentent, y déploient leurs usages. [...] Les regards intérieurs au territoire, écrit ainsi Pierre Donadieu, ceux des groupes sociaux qui les produisent les utilisent et le plus souvent les habitent, sont constitutifs de leur attachement et souvent de leur mémoire » (Larrère et Larrère, 1997, p.204). Ces regards endogènes dans le cadre de notre étude sont ceux des indigènes des *Resguardos* kogi-Wiwa et Arhuaco pour Teyuna Ciudad Perdida ou du *resguardo* Nasa pour Tierradentro et Yanacona dans le cas de San Agustín. Les regards initiés sont également ceux des paysans ou des villageois qui partagent un territoire avec les communautés indigènes pour Tierradentro ou qui sont voisins des communautés natives dans les deux autres cas. L'activité touristique qui se déploie autour des sites archéologiques dépasse largement les frontières des parcs archéologiques, elle s'étend sur l'ensemble de ces territoires où cohabitent paysans, villageois et indigènes.

Les regards formés ou esthétiques :

en territoire dûment « projetisé » et, pour ce, délimité et approprié » (Lima, 2007)

Ce sont les regards exogènes par excellence, ceux dont les représentations dépendent de références culturelles souvent orientées par les médias, les reportages, les revues, les lectures, les récits de voyages, les films, mais aussi et surtout, par tous les discours formulés par ceux qui connaissent le lieu, à savoir les protagonistes des regards initiés et informés⁹⁶. Les touristes, nationaux ou étrangers, sont les premiers à porter un regard formé, esthétique pour ne pas dire touristique (Urry, 1990) sur les territoires en question c'est d'ailleurs ce qui les pousse à vouloir s'y rendre.

Le regard marchand :

J'entends par regard marchand celui qui ne va voir le lieu que sous l'angle du profit. Pour notre étude il s'agit de l'industrie touristique et de l'ensemble de ses acteurs. Entendue au sens large, il s'agit des agences de tourisme qui offrent les tours directement sur les sites archéologiques et / ou naturels mais aussi tous ceux qui vivent indirectement du tourisme sur le territoire : gérants d'hôtel, restaurants, boutiques de souvenir et autres services dont ont besoin les touristes sur place. Une partie de l'Etat, à travers le vice ministère du tourisme, porte également un regard marchand sur les sites, de même que les agences promotionnelles dont la plus importante dans le cas colombien est l'agence Proexport en charge de promouvoir le pays nationalement et internationalement.

Ces quatre types de regard qui se croisent sont parfois compatibles mais souvent incompatibles. Si bien qu'il y a conflit de légitimité entre eux. Notons que ces regards sont dynamiques, ils évoluent : « les regards initiés dépendent de l'évolution des pratiques, des loisirs et des mœurs. Les regards informés dépendent de l'évolution des sciences » (Larrère et Larrère, 1997, p.205) au niveau local et global. Le regard formé ou esthétique évolue lui, en fonction des deux précédents et le marchand en fonction de l'esthétique. On le comprend, ces regards sont construits socialement et interfèrent les uns sur les autres. Il est également essentiel de comprendre que ces regards ne sont pas homogènes au sein de chaque catégorie. Les conflits de légitimité se retrouvent donc à plusieurs échelles. Afin d'affiner l'analyse et de comprendre plus amplement les conflits de légitimité dont il est question, il est nécessaire d'identifier quelles valeurs sont attachées aux différents regards portés sur les sites

⁹⁶ Le regard esthétique est entendu ici de manière plus ample que ce que propose Catherine et Raphaël Larrère qui définissent surtout le regard esthétique en fonction de référents culturels liés notamment à l'art, faisant de ce regard, le regard de l'élite.

archéologiques et plus amplement sur les territoires où ils se trouvent

IV. Patrimoine et tourisme les croisements de valeurs

Lorsque l'on s'intéresse au tourisme on voit souvent apparaître l'expression de "mise en valeur". Qu'il s'agisse d'un site, d'un patrimoine matériel, immatériel ou naturel c'est souvent l'avènement d'une mise en valeur patrimoniale et touristique qui est annoncée. Si communément ces expressions semblent renvoyer à des actions clairement définies, elles émanent en réalité d'un processus social complexe. Pour qu'un objet fasse l'objet d'une mise en valeur touristique, il faut qu'il ait acquis auparavant certaines valeurs autres garantissant la réussite de cette entreprise touristique. Il s'agit donc de retracer la biographie sociale et culturelle des sites (Kopytoff, 1986) afin de repérer les différents régimes de valeur qui leur sont attribués au fur et à mesure qu'ils franchissent les différentes étapes de leur existence.

Les valeurs : un construit social (Heinich, 2006 et Heinich 2009)

La sociologie conçoit la valeur comme un construit social dans le sens où sa reconnaissance implique toujours une évolution préalable. Ainsi, même si une valeur peut être indépendante de l'activité humaine, c'est-à-dire extraite d'une vision instrumentaliste ou utilitariste, elle n'est jamais une propriété intrinsèque de l'objet mais un jugement porté par les sujets. La valeur émerge donc de la relation entre l'objet et celui qui le nomme, elle dépend de l'évaluation humaine. En ce sens la valeur historique des vestiges archéologiques ne leur est pas intrinsèque, elle a été évaluée lors de leur découverte par les archéologues et construite à travers le savoir de ces scientifiques.

Les processus de formation des valeurs, trop souvent considérés dans la sphère unique de l'économie, doivent également être abordés à travers d'autres principes d'évaluation. Un objet peut être caractérisé certes, par sa valeur monétaire, d'échange, mais aussi par sa valeur d'usage, ou encore par sa valeur, esthétique, historique, sacrée, émotionnelle, scientifique etc. Afin d'illustrer ces différents régimes de valeurs qu'un même objet peut acquérir prenons l'exemple de San Agustín où les statues préhispaniques acquièrent une valeur monétaire dans la relation d'échange sur le marché illégal des collectionneurs de vestiges précolombiens. Ces mêmes statues pourtant, avant l'arrivée d'archéologues dans la région n'avaient qu'une valeur esthétique et d'usage pour les habitants de San Agustín qui s'en servaient de piliers d'ornement pour leur maison. Ces vestiges historiques ont ensuite acquis une valeur

scientifique sans précédent et subséquemment une valeur esthétique importante pour les nombreux visiteurs qui se rendent au parc archéologique.

En s'écartant ainsi de la sphère purement économique, il est aisé de faire la distinction entre valeur et prix : « La valeur est susceptible de mesure qualitative et ne s'exprime pas en unité de compte. Elle ne se prête qu'à une évaluation qualitative. C'est elle, pourtant, qui justifie le prix » (Warnier, 2009, p.2) quand il y a échange marchand. Cette manière de considérer la valeur d'un bien permet d'établir deux ordres de grandeur. Le premier nominal : à une valeur déterminée correspond un prix, le deuxième ordinal établit des hiérarchies entre les différentes valeurs qui peuvent être attribuées à un bien. Ainsi, pour ne citer qu'un exemple, la valeur scientifique des vestiges archéologiques de Tierradentro pour les archéologues acquière plus d'importance que les valeurs marchandes et esthétiques qui leur sont attribuées avec le développement de l'activité touristique.

Dans son analyse, J-P. Warnier stipule que « la valeur émerge dans l'échange, lorsque plusieurs désirs se manifestent autour d'une marchandise que son ayant droit est prêt à sacrifier en échange d'un autre sacrifice. » Dépassant cette règle, il fait finalement la distinction entre les biens aliénables (marchandise ou *commodity* selon A. Appadurai⁹⁷) et les biens et services inaliénables trop précieux pour être sacrifiés dans l'échange sans que cela ne fasse scandale. Dans le cas de ces biens inaliénables, il est impossible d'évaluer la valeur en terme monétaire et ce sont les autres registres sociaux de valeur qui prennent le dessus. Prenons l'exemple de Teyuna Ciudad Perdida. Ce site a tant de valeur qu'il ne fait pas de doute qu'il est inaliénable. Aux yeux des scientifiques comme aux yeux des indigènes de la Sierra Nevada, Teyuna Ciudad Perdida ne peut être soumis à l'échange. Ici la valeur monétaire est exclue au profit de la valeur sacrée attribuée par les indigènes ou de la valeur historique conférée par les scientifiques.

Des conflits de valeurs aux conflits de légitimités

Un même objet peut donc être soumis à de multiples évaluations déterminées par les intérêts et les perceptions des différents acteurs qui lui portent un regard. Il faut alors comprendre que

⁹⁷ JP.Warnier reprend A. Appadurai et nous explique que « la langue anglaise possède un mot – *commodity* – qui désigne tout bien ou service circulant entre les acteurs, quel que soit le mode de circulation : don, troc, échange marchand, vol, prédation, etc. Son acception est donc plus large que celle du mot « marchandise », qui désigne une « commodité » circulant sur le mode de l'échange marchand. » (Warnier, 2009, p. 7)

le processus de mise en valeur d'un élément « est toujours construit par des institutions mais aussi par des rapports de force et des jeux de pouvoir » (Warnier, 2009, p.2). M. Weber ne manque d'ailleurs pas de mettre en avant les conflits qu'impliquent les confrontations de subjectivités et de parler de « guerre des dieux » (Mesure, Renault, 1996). Si les scientifiques et les indigènes de la Sierra Nevada s'entendent sur le caractère inaliénable du site, il n'en reste pas moins que la valeur archéologique des uns rentre en conflit avec la valeur sacrée des autres puisque ces valeurs n'impliquent pas les mêmes modes d'actions comme nous le verrons ultérieurement.

Ces valeurs attribuées aux sites sont significatives des modes de représentations et des visions du monde des groupes et des individus. Organisées en système, elles créent ce que M. Weber appelle des processus de rationalisation (Mazuir, 2004) qui s'expriment autant au niveau individuel que collectif. Les valeurs attribuées aux objets sont alors en connivence avec celles qui définissent les objectifs de nos conduites et les règles auxquelles chaque acteur se soumet. On peut donc déduire que les valeurs déterminent et donnent du sens à nos actions. Lorsque ces valeurs s'expriment à travers le jugement, on parle de jugement de valeur et d'un point de vue axiologique d'éthique. Il s'opère alors un glissement des conflits de valeurs attribuées aux objets vers les conflits de valeurs liés à l'éthique. Ce qu'il faut alors analyser en plus des systèmes de valeurs, ce sont les systèmes de légitimité qui s'affrontent afin de comprendre comment chacun tente d'imposer aux autres ses propres règles de conduite et donc son éthique.

V. « L'épreuve de justification » en contexte patrimonial et touristique

Analyser les « épreuves de justification » (Boltanski ; Thévenot, 1991)

Dans leur livre "*De la justification*", L. Boltanski et L. Thévenot entreprennent une longue étude destinée à comprendre les actions en justice, qu'ils définissent comme des moments dans la vie sociale où plusieurs personnes s'accordent ou se disputent sur le caractère juste ou injuste d'une situation. Le moment crucial de ces disputes est l'épreuve de justification au cours de laquelle les différents acteurs vont avancer des arguments faisant référence à des principes d'ordre inscrits dans les normes d'une société. L'entreprise de justification procède donc d'une montée en généralité des arguments avancés. Les différents acteurs vont rendre

universelles des valeurs⁹⁸ qui leur sont propres, en cessant de défendre leur cas particulier et en soutenant des arguments à portée générale faisant référence à un bien commun. La montée en généralité offre plus de chance aux acteurs de convaincre en faisant de leur cause une cause générale.

L'entreprise de justification a pour but d'arrêter la dispute en cherchant l'adhésion des parties en jeu à un même principe supérieur. Pour permettre cela, il s'opère un processus d'équivalence entre les acteurs afin qu'ils se reconnaissent pour entrer dans la négociation. La question du rapport de force n'est pour autant pas exclue. Si les acteurs avancent publiquement leurs arguments pour entrer en négociation au sein d'une dispute en justice (par opposition aux disputes en violence), c'est précisément pour trouver un accord ou du moins un compromis. Pour les cas de cette étude, il s'agit de s'entendre sur le devenir patrimonial et touristique des sites archéologiques. Il n'en reste pas moins que dans une situation donnée tous les acteurs n'ont pas le même poids. La justification met donc en jeu autant la valeur des choses que la valeur des personnes qui les défendent⁹⁹. La recherche d'un accord amène systématiquement à considérer, juger et hiérarchiser la valeur des différents acteurs participant aux négociations. Est alors nommé « grandeur » le positionnement des acteurs relativement aux principes. La justification invoque l'idée d'estime sociale, de fait, un argument est autant évalué pour sa pertinence que pour la valeur hiérarchiquement instituée de celui qu'il l'avance. Dans leur étude, L. Boltanski et L. Thévenot distinguent six idéaux type de situation de justification qu'ils nomment cités¹⁰⁰ : la cité civique, la cité domestique, la cité inspirée, la cité industrielle, la cité marchande et la cité de renom¹⁰¹. C'est la situation donnée qui détermine les principes supérieurs avancés par les acteurs. Les cas de patrimonialisation et de développement touristique des sites archéologiques de Colombie créent des situations précises

⁹⁸ L Boltanski et L Thévenot s'attachent à différencier les valeurs des principes. Ils considèrent les valeurs plus attachées à la morale et les principes à la justice. Les valeurs sont moins universelles que les principes et sont plus attachées aux individus alors que les principes dépendent plutôt des situations.

⁹⁹ Cela rejoint l'idée de Warnier et Appadurai énonçant que la valeur d'un bien dépend également de la valeur de celui qui le possède. Ici on peut affirmer que la valeur d'un argument dépend tout autant de sa qualité que de la valeur de celui qui l'avance.

¹⁰⁰ « Ces ordres généraux, dont les principes sont un élément, constituent des « cités ». Il s'agit de modèles théoriques destinés à faire voir que les « personnes », lorsqu'elles cherchent à légitimer leurs actions (pour se justifier ou répondre à une critique), s'appuient sur de vastes ensembles conventionnels pour construire leurs arguments. Chaque cité constitue une « métaphysique à deux niveaux » : elle comprend des personnes ; et des conventions, qui établissent le rang des personnes à partir de critères de classement qu'elles contribuent à légitimer. Chaque cité vise, en émettant un principe d'ordre, à servir le bien commun (ou bien de tous les êtres humains). D'une cité à l'autre, la conception de ce « service » peut fortement varier. C'est, entre autres choses, ce qui explique les disputes : celles-ci surviennent lorsque deux principes d'ordre différents et deux cités sont invoqués par les personnes dans une même situation. » Vrydaghs D, *Le traitement de l'idéologie dans la sociologie de Luc Boltanski* in contextes.revues.org

¹⁰¹ L'ensemble des cités est détaillé dans (Boltanski L et Thévenot L, 1991, p.85 – 160)

permettant l'analyse des principes supérieurs liés aux valeurs des acteurs mis en avant dans les controverses suscitées. Les lignes qui suivent visent à illustrer ces propos en mettant en relation les regards définis plus haut avec les valeurs qui leurs sont rattachées à travers l'exemple de quelques épreuves de justifications¹⁰² survenant lors de la mise en tourisme du patrimoine colombien.

Les regards informés et la valeur patrimoniale

Au début du 20^{ème} siècle pour Tierradentro et San Agustín et dès 1976 pour Ciudad Perdida, les regards des chercheurs, souvent d'archéologues étrangers, sur les sites archéologiques ont entraîné un processus de patrimonialisation permettant de donner une nouvelle fonction aux objets. Les sites sont dès lors considérés comme devant être préservés et transmis de générations en générations (Davallon, 2006). C'est par un processus d'évaluation scientifique que les vestiges préhispaniques acquièrent un certain nombre de valeurs : d'ancienneté, d'authenticité, de rareté, historiques, esthétiques, symboliques, etc. (Heinich, 2010). Ces valeurs constituées en système forment la valeur patrimoniale des sites. Ce processus de patrimonialisation implique différentes pratiques dont les principales sont l'évaluation, la recherche, la restauration, la conservation, la communication et la diffusion. La valeur patrimoniale promue par l'Etat fait des sites archéologiques des biens culturels nationaux devant perdurer et être transmis intégralement aux générations à venir. Pour répondre à ces impératifs, les sites deviennent des biens inaliénables et propriété de l'Etat. En tant que biens nationaux, ils sont également censés appartenir à l'ensemble des Colombiens.

Regard initié et valeurs indigènes

Les populations indigènes pour faire valoir les valeurs qu'ils attribuent aux sites font appel à un principe supérieur définit dans le cadre de la tradition¹⁰³. Dans les cas de Tierradentro et de

¹⁰² Dans cet article seuls quelques exemples sont donnés. Une étude qui mettrait plus amplement l'accent sur les processus de mise en tourisme des sites archéologiques dont il est question, se devrait de développer bien d'autres situations de justification

¹⁰³ Ce qui ne va pas sans rappeler la cité domestique définie par L. Boltanski et L. Thévenot. « La "cité" domestique désigne un univers se référant à des relations de dépendance personnelle, d'appartenance à des corps, à des lignées dépassant la succession des individus. Les biens y sont des objets familiers faisant l'objet d'une transmission personnelle au sein d'un groupe défini et sont dotés par cette personnalisation d'une valeur d'unicité ». (Godrad, 1990, P. 10)

Teyuna Ciudad Perdida particulièrement, les indigènes considèrent les sites comme une ressource identitaire, à la fois garante matérielle de la pérennité de leur groupe et supports symboliques de leur identité. Leur grandeur face aux autres acteurs est définie et légitime par leur relation aux sites dans le cadre, la mémoire et de la transmission. En ce sens, les indigènes considèrent légitime d'avoir un droit de regard plus important sur le devenir des sites qui se trouvent au cœur de leur territoire. « Le territoire est alors pensé et revendiqué comme inséparable de la culture et comme base de sa reproduction : il se présente comme l'espace où devrait s'exercer une éventuelle autonomie » (Gros, 2003, p.14). Les indigènes considèrent ces mêmes sites à travers leur valeur sacrée. Ils les perçoivent comme faisant partie de leurs territoires ancestraux et se doivent pour cela de les préserver. Pour répondre à ces impératifs ils décrètent eux aussi les lieux comme des sites inaliénables.

Si la valeur inaliénable des sites semble faire consensus, elle constitue en réalité la base d'un large conflit. La notion d'inaliénabilité est intimement liée à celle de propriété. Un bien doit être possédé par un individu ou une communauté d'individus afin d'être perçu comme ne pouvant être cédé, ni à titre gratuit ni à titre onéreux. L'Etat au nom du patrimoine considère le site comme propriété de la nation colombienne et les indigènes au nom du droit à un héritage culturel sacré se considèrent eux aussi comme le dépositaire légitime du site. Sur la base de ces conflits de légitimité s'en suit une série de revendications indigènes réclamant leur ayant droit quant aux sites. Revendications qui s'inscrivent dans la logique de mouvements indigènes qui émergent dès les années 1970 et qui s'accroissent avec les politiques multiculturelles et le développement de la pensée postcoloniale émergente dans tout le sous-continent latino-américain. Les pratiques liées à la patrimonialisation s'opposent donc parfois aux valeurs indigènes. Les populations natives de la Sierra Nevada par exemple, expriment un sentiment d'expropriation face aux pratiques des archéologues et aux objectifs de diffusion patrimoniale. « Vous les archéologues vous êtes comme les *Guaqueros* (pilleurs de tombes préhispaniques) mais avec des titres »¹⁰⁴ déclarent-ils parfois. Cette population manifeste par ces mots, son désaccord de voir son site sacré spolié au nom de la science par des entreprises d'excavations qui impliquent une fuite des objets sacrés vers l'extérieur et les musées nationaux. Dans cette situation, il apparaît clairement que les impératifs de diffusion du patrimoine national censé être accessible à tous au nom d'un bien commun s'oppose aux

¹⁰⁴ Traduction de l'espagnol: « Ustedes los arqueólogos son como los guaqueros, pero con título » (Orantia Baptiste, 1999, p. 63).

revendications liées à la valeur ancestrale des sites prônée par les communautés indigènes.

Pour ces communautés, il ne suffit pourtant pas de démontrer sa légitimité en fonction de la tradition encore faut-il que leur désir d'appropriation des sites se fasse en vue d'un usage relevant du bien commun. Les populations indigènes s'inscrivent pour cela dans la logique transnationale de protection de la diversité culturelle. Ils considèrent que la culture immatérielle, à savoir leur culture en tant que populations ancestrales, prime sur la conception uniquement matérielle du patrimoine archéologique.

« Il faut transcender la conception du patrimoine comme seule infrastructure matérielle. Il faut aussi voir ce patrimoine comme immatériel face à nous communauté vivante. De plus, comme communauté nous avons l'opportunité de vivre et de nous mettre en relation avec cette partie culturelle »¹⁰⁵ (Entretien avec un leader Nasa Tierradentro, avril 2011).

C'est donc au nom de la protection de la diversité culturelle comme valeur universelle, notamment promue par l'UNESCO et appuyée par de nombreuses ONG et autres instances internationales (déclaration des peuples autochtones de l'ONU de 2006), que les populations natives revendiquent leur ayant droit sur les sites. Les populations de la Sierra Nevada vont même jusqu'à justifier leur position au nom du maintien de l'équilibre du monde s'inscrivant ainsi dans la cité inspirée¹⁰⁶. Ces populations se considèrent comme les garants de l'équilibre universel grâce à une connexion avec le sacré. Cette connexion passe par la protection des lieux spirituels dont fait partie Teyuna Ciudad Perdida. Toute action endommageant la spiritualité du lieu met donc en danger l'équilibre du monde tout entier. Les leaders spirituels, les *mayores*, apparaissent dans ce contexte comme les inspireurs des règles de conduites et des valeurs à suivre pour le maintien du monde et le bien universel. La montée en généralité de leurs arguments et de leurs valeurs fait de la protection et la conservation de leurs sites sacrés la garantie de leur survie mais aussi de celle de ceux qu'ils nomment les "*hermanos menores*" à savoir le monde non indigène.

« Ces lieux sont importants pour nous, mais ils le sont aussi pour « petit frère », sa

¹⁰⁵ Traduction de l'espagnol : « Se tiene que trascender el patrimonio como una infraestructura material no más, sino como ese patrimonio inmaterial que hay, frente a nosotros como comunidades vivientes. Porque incluso como comunidad tenemos la oportunidad de vivir y de relacionarnos con esa parte cultural »

¹⁰⁶ La « cité inspirée a pour trait principal de se constituer en référence à une cité idéale « qui n'est pas de ce monde ». Règles de conduites et valeurs sont tirées du savoir que des hommes « inspirés » prétendent avoir sur cette cité idéale. Cette « cité » met en avant [...] ce qui est imprévisible et provoque le sentiment de dépassement. Obstacles à surmonter et limites à ne pas franchir sont inscrites dans des démarches d'initiation, impliquant une ascèse. Une telle vision qui ne manque pas d'être dénoncée comme élitiste d'un point de vue « civique » ou comme obscurantiste d'un point de vue « industriel » ». (Godrad, 1990, P. 11)

profanation et sa destruction engendrera de graves dommages pour sa vie. Nous, cela nous affectera et détruira notre culture, mais pour « petit frère » ce sera la cause d'une grande tragédie. Petit frère se trompe beaucoup. [...] Pourquoi ne se laisse-t-il pas guider par nos ancêtres, les *Mamos* ?[...] l'harmonie de la Sierra ne peut pas se perdre, parce que cela nous détruira tous : indigène et « petits frères ». La Sierra n'a pas besoin de développement, elle a besoin de paix et de tranquillité. Le développement sans spiritualité c'est un développement creux qui n'amène rien d'autre que la profanation. »¹⁰⁷ (lettre pour la défense de la Sierra Nevada de Santa Marta, Seinekan 26 Février 2005)

Cette citation permet de faire le lien avec l'activité touristique puisque cette déclaration a été écrite afin de dénoncer un projet de téléphérique touristique traversant la Sierra Nevada pour accéder à Teyuna Ciudad Perdida. Le développement du tourisme dans les régions où se trouvent les parcs archéologiques va entraîner une situation de justification aux sein desquelles les populations indigènes mais aussi les instances comme l'ICANH ou les administrations de Parc National Naturel vont devoir lutter pour faire respecter les principes de conservation, tant des structures physiques des vestiges préhispaniques et du parc naturel que la culture immatérielle des communautés locales qui appréhendent souvent le tourisme comme une menace.

Regard initié et marchand : des valeurs qui se croisent

Le développement du tourisme vers ces trois sites va concourir à transformer la perception et l'appropriation qu'en ont les populations locales paysannes ou villageoise. Ces dernières prenant conscience de l'intérêt que suscitent les vestiges préhispaniques vont être beaucoup plus enclines à considérer et s'approprier les valeurs patrimoniales pour les décliner en valeur marchande. Il s'agit effectivement de conserver ce qui attire les visiteurs afin de vivre directement ou non du tourisme¹⁰⁸.

¹⁰⁷ Lettre adressée au directeur de "*El Tiempo*" pour dénoncer le projet des téléphérique, lettre cosignée par les Mamos de la Sierra Nevada et la Fundación nuevo amanecer indígena Unidos por la defensa del corazón del mundo, patrimonio de la humanidad, reserva de la biosfera y santuario de paz: disponible sur le site: <http://www.seinekan.org>. Traduction de l'espagnol: «Estos lugares son importantes para nosotros, pero lo son mucho más para el hermano menor, pues su profanación y destrucción redundará en un daño grave para la vida de él. A nosotros nos afectará y destruirá nuestra cultura, pero para el "hermano menor" será la causa de una gran tragedia. El hermano menor esta muy equivocado. [...] ¿Porque no se dejan guiar por nuestros ancianos, Mamos? [...]La armonía de la Sierra no se puede perder, porque nos destruiríamos todos: indígenas y "hermanos menores". La Sierra no necesita un desarrollo así, Necesita paz, tranquilidad. El desarrollo sin espiritualidad es un desarrollo hueco que no trae sino profanación»

¹⁰⁸ Entre les trois sites étudiés San Agustín est le village qui vit le plus du tourisme il est très courant d'entendre

Regard et valeur marchande des sites : un bénéfice commun

Les promoteurs et défenseurs du tourisme vers les sites s'inscrivent directement dans ce que L. Boltanski et L. Thévenot définissent comme cité marchande. Cette dernière établit le lien marchand comme principe supérieur commun caractérisé par la convoitise d'objets communément définis comme désirables. Les valeurs définissant le caractère inaliénable des sites archéologiques sont définitivement remises en cause par le développement du tourisme. Cependant les professionnels du tourisme locaux mais aussi les autorités locales, départementales et nationales sont disposées à grandir la valeur marchande des sites en facilitant leur accès et en améliorant les infrastructures touristiques. L'enrichissement des régions grâce au tourisme est présenté comme le principal argument pour appuyer le développement de cette activité. « L'hypothèse selon laquelle la possibilité de s'enrichir est ouverte à tous les hommes est fréquemment exposée pour soutenir que le principe marchand peut fonder une justice. » (Boltanski ; Thévenot, 1991, p.105). Les fonctionnaires de l'Etat ne manquent pas d'avancer cet argument en généralisant le fait que le tourisme représente un véritable bien commun structuré sur l'échange marchand.

« Tous ceux qui font du tourisme sont heureux. Quand il y a du tourisme, ceux qui vendent de l'essence dans les stations sur les routes sont heureux, les jeunes filles qui travaillent dans les péages sont heureuses. Sont heureux les propriétaires de magasins d'artisanat et les petits restaurants sur les routes, les investisseurs d'hôtels sont heureux, les touristes, les familles sont heureux. Le tourisme est l'industrie du bonheur, c'est un grand facteur de partage »¹⁰⁹.

La justification d'un tel projet tient donc au fait que les richesses induites par les échanges marchands liés au développement du tourisme bénéficieraient à la cité entière. On peut

les habitants de la région déclarer que « le village de San Agustín ne serait pas ce qu'il est sans le parc » ce qui atteste d'une reconnaissance implicite envers un parc à la valeur devenue quasi publicitaire.

En ce qui concerne Teyuna Ciudad Perdida le tourisme mobilise également les populations du lieu. Les paysans de la région, souvent d'anciens cultivateurs de coca, perçoivent le tourisme comme une véritable alternative économique suite aux nombreuses fumigations des cultures de coca entreprise par l'Etat pour lutter contre le narcotrafic. Enfin à Tierradentro c'est une fois de plus, la partie paysanne du territoire qui a le plus développé les structure d'accueil touristique à travers essentiellement, de petits hôtels ou de restaurants.

¹⁰⁹ Discours d'Alvaro Uribe in *Palabras del Presidente Uribe* lors de l'inauguration du téléphérique du Parque Nacional del Chicamocha disponible sur le site officiel : <http://web.presidencia.gov.co/sp/2009/enero/24/04242009.html>. Traduction de l'espagnol "Todo el mundo que está haciendo turismo está alegre. Cuando hay turismo están alegres los que venden gasolina en las estaciones de la carretera, están alegres las niñas de los peajes, están alegres los colombianos dueños de los almacenes de artesanías y de los pequeños restaurantes en las carreteras, están alegres los inversionistas de hoteles, los trabajadores de hoteles, están alegres los turistas, están alegres las familias. El turismo es la industria de la alegría, es un gran factor de convivencia"

considérer que la justification est surenchérie par le principe de grandeur lié à la convoitise. Les sites touristiques sont par définition des endroits appelant les envies, des lieux qui suscitent le désir. En mettant les sites archéologiques sur le marché touristique, c'est la Colombie entière qui s'en trouve grandie. La grandeur dépend notamment de la capacité à acquérir ou à vendre des biens. La mise en valeur touristique des parcs représente ainsi un gage de grandeur pour le pays entier apte à proposer la visite de « merveilles du monde » (Les parcs de San Agustín et Tierradentro ainsi que la Parc Naturel de la Sierra Nevada sont patrimoine mondial à l'UNESCO). Faire briller le pays par ce développement touristique représente un argument susceptible de convaincre l'ensemble de la Nation.

La valeur productive

La cité industrielle est également sollicitée par les défenseurs du tourisme. Elle se fonde sur l'efficacité et la capacité à planifier à long terme. La grandeur des personnes se base sur leur aptitude à assurer l'avenir par le contrôle, la prévisibilité, la stabilité et la fiabilité. Dans la logique de la cité industrielle « la grandeur est appréciée à la mesure du caractère productif, calculable et mesurable des êtres et de leurs performances. L'existence de potentiels non utilisés représente un scandale. » (Godard, 1990, p.9) Avec le développement du tourisme les sites sont effectivement rendus utiles et productif.

L'argument de la représentativité

Le dernier argument qui vient d'être avancé rejoint celui lié au principe supérieur de représentativité fondant la cité civique. Ce sont les organisations et institutions représentatives d'un intérêt général telle que l'administration de l'Etat qui est valorisée ici. Qui peut mieux incarner l'intérêt général et être en droit de parler au nom d'une collectivité qu'un gouverneur, qu'un maire et encore plus qu'un président de la république. Les sites archéologiques constituent les lieux d'application du principe civique. Cela se traduit par l'exigence d'établir une égalité de base entre les citoyens face à leur patrimoine national. Cette égalité ne peut être effective que si les sites sont rendus accessibles au plus grand nombre. A cet effet tous projets d'aménagement de développements d'infrastructures permettant une meilleure accessibilité aux sites sont perçus par les promoteurs du tourisme comme un progrès indéniable pour le bien commun de tous ceux qui aspire à connaître ce patrimoine.

Ces projets sont souvent perçus comme une menace par les populations indigènes. La construction d'une route nommée la *Transversale* qui rendrait l'accès à Tierradentro beaucoup

plus facile ou encore la construction d'un téléphérique permettant l'accès à Teyuna Ciudad Perdida sans marcher six jours dans la jungle, sont appréhendés comme des menaces par les communautés qui craignent que l'arrivée massive de projets touristiques sur leur territoire entraîne une désappropriation territoriale et mettent en danger leur culture. Le gouverneur de la communauté indigène Nasa du *resguardo* où se trouve le parc archéologique de Tierradentro fait clairement part de ses craintes quant au développement touristique.

« En effet c'est assez compliqué, parce que derrière cela va venir un processus de déterritorialisation pour nous à cause de toute ces activités (touristiques). Il y a d'autres cas dans le pays, c'est arrivé à d'autres peuples. Pour cela ici c'est comme de la prévention [...] et comme peuple on a su résister face à beaucoup d'autres situations, je crois que dans ce sens, et bien ce sera de la même façon. »¹¹⁰ (Entretien avec L-M Yugue, avril 2011)

Un tourisme éthique comme compromis ?

Les montées en généralité des arguments proposés par les défenseurs du tourisme convergent toutes à présenter le tourisme comme un projet de développement bénéfique pour tous. En effet, cette activité ouvrirait la porte à un développement économique permettant de faire entrer le plus grand nombre dans une logique d'enrichissement apte à améliorer les conditions de vie de chacun. L'argument de fond de ce système de légitimité est donc que ce projet rendrait possible la construction d'une société plus juste et plus vivable grâce aux ambitions de croissances économiques. Depuis quelques années, cette approche du développement a pourtant montré ses limites. Il ne fait plus bonne figure aujourd'hui d'argumenter le seul intérêt économique et le progrès technique dans une entreprise de développement. « Une manière de sauver les apparences consiste à accoler au « développement » un ou plusieurs adjectifs censés le rendre plus respectable. Ce procédé qui consiste à mettre ensemble des termes antonymes [...] dissimule mal les contradictions et provoque de nombreux contresens » (Rist, 2003).

Il en va de même avec la proposition du développement touristique qui se base sur la promotion d'une consommation rentable des sites et de leurs alentours. Aujourd'hui pour légitimer une entreprise touristique sur un territoire il ne suffit donc plus de mettre en avant

¹¹⁰ Traduction de l'espagnol : « Si es bastante complicado, porque detrás de eso se nos va a venir mucha...diría yo en esa parte como desterritorialización de nosotros por toda estas actividades. Hay otros casos similares en todo el país, con otros pueblos ha ocurrido. Entonces aquí es como la prevención. [...] Y como pueblos si supimos resistir frente a muchas otras situación, yo creo que en ese sentido, pues seria de la misma forma »

les avantages économiques du projet, il faut également lui attribuer un caractère éthique donnant un sentiment de respect universel tant des populations locales comme de leur environnement. Afin de revaloriser l'activité touristique perçue avec le temps seulement sous son angle dévastateur de nouvelles terminologies sont apparues depuis une dizaine d'années. De la même façon que pour le développement, on accole au terme de tourisme les mots soutenable, éthique, durable, équitable, culturel ou encore les préfixes éco (tourisme) ou ethno (tourisme) visant à dissimuler les effets pervers de cette activité et à la rendre plus respectable. Le développement de ces nouvelles formes de nommer et de faire du tourisme montre une étape de plus dans les épreuves de justification visant à organiser le tourisme notamment en territoire patrimonial et indigène. Les promoteurs de cette activité se voient obligés de considérer les valeurs des populations locales et des institutions en charge de la conservation avant de développer leurs volontés touristiques.

Conclusion

Cette présentation fut l'occasion de mettre en avant une grille de lecture servant l'analyse de différents conflits pouvant se développer lors de l'émergence d'une destination touristique. Les regards de scientifiques, notamment d'archéologues et d'anthropologues dans le cas de sites archéologiques sont porteurs de valeurs patrimoniales qui mettent peu de temps à convertir un site remarquable en destination touristique. Les regards et les valeurs portés par les populations locales peuvent appuyer ou s'opposer à l'entreprise du développement patrimonial et touristique des sites. Les populations indigènes des territoires où se trouvent les sites archéologiques se sentent souvent expropriées d'un bien ancestral par le développement des activités patrimoniales ou touristiques. A l'inverse, les populations paysannes et villageoises partagent plus volontiers la valeur marchande attribuée aux sites et sont disposées à faire partie de l'industrie touristique en pleine émergence sur leur territoire. Cet ensemble de regards et de valeurs qui se croisent en territoire touristique entraîne des séries d'épreuves de justification où l'enjeu est de négocier l'avenir patrimonial et touristique des sites et des territoires où ils se trouvent. Dans cet article plusieurs exemples ont été mis en avant. Les exemples concrets n'ont servi que d'illustrations pour cette grille de lecture qui peut s'adapter à des réalités bien différentes de celles présentées ici. Notons que cette présentation n'a pas permis de mettre véritablement en avant les divergences de point de vue pouvant apparaître au sein d'un même groupe d'acteurs. Il serait naïf, pour une recherche plus approfondie, de croire que chaque catégorie d'acteurs présents sur un territoire touristique est porteuse d'un système de valeurs unique. De nombreuses divergences apparaissent au sein d'un même

groupe. De plus, les valeurs portées par le regard esthétique n'ont pas véritablement fait l'objet d'une illustration concrète dans ce travail. Il n'en demeure pas moins que leur influence est de première importance dans la vie patrimoniale et touristique des sites. Enfin cette grille de lecture ne propose d'analyser que des conflits de valeurs, il faut bien évidemment aller au-delà de cette analyse afin de comprendre ce que nous apprennent ces conflits sur le territoire du tourisme que chacun se donne d'analyser. A titre de dernière illustration, dans les cas présentés ici les conflits mis en avant nous permettent de comprendre les différentes appropriations territoriales de chaque acteur présent sur les territoires étudiés. Ces appropriations territoriales multiples sont symptomatiques des limites des politiques multiculturelles de Colombie. Ces limites sont révélées notamment par l'incapacité actuelle des acteurs à trouver des compromis quant à la gestion touristique et patrimoniale des parcs archéologique du pays.

Bibliographie

BERQUE Agustin, *Ecoumène et Médiance*, Editions Belin, Paris, 2000.

BOLTANSKI Luc et THEVENOT Laurent, *De la justification, Les économies de la grandeur*, Broché Gallimard, Paris, 1991

GODARD Olivier, « *Environnement, modes de coordination et systèmes de légitimité : analyse de la catégorie de patrimoine naturel* », in *Revue économique* 41(2), "Économie de l'environnement et du patrimoine naturel", mars 1990.

GROS Christian, « *Demandes ethniques et politiques publiques en Amérique latine* », Problèmes d'Amérique latine, n° 48 printemps 2003

HEINICH Nathalie, « *La sociologie à l'épreuve des valeurs* », Cahiers internationaux de sociologie 2006/2, n° 121, p. 287-315

HEINICH Nathalie, *La fabrique du patrimoine : De la cathédrale à la petite cuillère*, Paris, Maison des Sciences de l'Homme, 2009.

KAUFMAN Jean Claude, *L'entretien compréhensif*, Nathan, Paris, 1996

KOPYTOFF Igor, « *The cultural biography of things* » in A. Appadurai (dir.), *The social life of things: Commodities in cultural perspective*, Cambridge, Cambridge University Press, 1986.

MAZUIR François, « *Le processus de rationalisation chez Max WEBER* » in *Sociétés* n° 86 – 2004/4

MESURE Sylvie et RENAUT Alain, *La querelle des dieux, essai sur la querelle des valeurs*, Grasset et Fasquelle, Paris, 1996

LARRERE Catherine & LARERE Raphaël, *Du bon usage de la nature, pour une philosophie de l'environnement*, Alto Aubier, Paris 1997.

LIMA Stéphanie, *Le dépassement des territoires. Bâtisseurs et passeurs d'espaces*, Colloque interdisciplinaire et international, Grenoble, 7-8 juin 2007.

ORANTIA BAPTISTE Juan Carlos, *Historias de la Sierra: Pasado y naturaleza zn la cuenca del río Buritaca*, trabajo de grado presentado para optar el título de Antropólogo, Bogotá, Universidad de los Andes, 1999.

PEREIR X, DE LEON C, *Los impactos del turismo en Kuna Yala (Panamá), Turismo y cultura entre los Kuna de Panamá*, Editorial universitaria Ramón Areces, Fitur, Madrid, 2007.

RIST Gilbert, « *les enjeux critiques de l'après-"développement"* » in Firouzeh Nahavandi (éd.), *Repenser le développement et la coopération internationale*, Etat des savoirs universitaires, Karthala, Paris, 2003.

URRY John, *The tourist gaze*, Sage Publications Ltd (Second edition), 2002.

WEBER Max, *Economie et société*, Plon, Paris, 1995 (éd. 1995).

WARNIER Jean Pierre, « *Les politiques de la valeur* », *Sociétés politiques comparées*, n°11,2009, URL : <http://www.fasopo.org/reasopo/n11/warnier.pdf>, consulté le 19 janvier 2011

4.4. La relation à l'autre et préservation du patrimoine dans les logements touristiques à Fès (Maroc)

Interpersonal relation and heritage preservation in tourist accommodations in Fez (Morocco)

Manon ISTASSE

Université Libre de Bruxelles

Manon ISTASSE (maistass@ulb.ac.be) est diplômée en anthropologie sociale et culturelle de l'Université Libre de Bruxelles (Belgique), et effectue actuellement une thèse de doctorat, sous le titre d'aspirante FNRS, thèse consacrée à l'habitat dans un site du patrimoine mondial, à savoir la médina de Fès. Suivant une approche pragmatique, elle interroge les relations et attachements développés avec la maison par différents acteurs, et les formes et impacts de la présence de l'Unesco sur le site.

Résumé

Au vu de l'intérêt porté par l'Unesco au développement touristique sur les sites du patrimoine mondial, je pose les questions de la relation à l'Autre développée au sein des logements touristiques de la médina de Fès, et de l'impact de ces logements dans la préservation de la médina. L'idée est que l'imagination joue un rôle non négligeable dans cette rencontre, par des images pré-conçues qui facilitent ou au contraire dégradent la relation à l'autre, et que la rencontre du patrimoine et du tourisme ne fait que renforcer l'imaginaire patrimonial promu par l'Unesco.

Mots clés : patrimoine, habiter, Maroc, imaginaire et imagination.

Abstract

As tourist development on world cultural heritage sites has been at the core of the Unesco politics since a decade, I investigate the relations to the Other developed in tourist accommodations in the medina of Fez, and the impact of those accommodations in the preservation of the medina. I defend the following ideas : imagination has a genuine influence in the encounter with the Other, by the pre-conceived images which makes the encounter easier or worse, and the encounter of cultural heritage and tourism reinforces the heritage imaginary carried and promoted by the Unesco.

Key-words : cultural heritage, housing, Morocco, imaginary and imagination

Le tourisme et le patrimoine, a fortiori le patrimoine mondial, sont souvent présentés comme des outils de dialogue interculturel, et le tourisme culturel comme un moyen, s'il est bien géré, de préserver le patrimoine. Ainsi, un programme de tourisme durable a été créé en 2001 au Centre du patrimoine mondial de l'Unesco, en vue d'améliorer la gestion du tourisme sur les sites du patrimoine mondial par l'information de divers acteurs, et de "faire du tourisme un outil de préservation des sites". Le tourisme donc, mais pas n'importe quel tourisme : un tourisme culturel, ou un éco-tourisme, mais dans tous les cas responsable. Le Centre du patrimoine mondial s'est également associé pour une durée de deux ans (à compter de 2009) à TripAdvisor, ce dernier offrant une assistance technologique et financière, c'est à dire concrètement un don de 1,5 millions de dollars et l'édition d'une plaquette, intitulée *Les sites du patrimoine mondial les plus connus de la planète*, présentant certains sites sur quatre continents, accompagnés de recommandations faites par des voyageurs. Ainsi, longtemps opposée aux politiques développementalistes et dénonçant les effets dévastateurs du tourisme dans les années 1970 (Cousin, 2008), l'Unesco a maintenant adopté les orientations des institutions onusiennes en matière de développement durable, faisant du tourisme et de la culture des instruments de développement et de dialogue interculturel.

Deux questionnements majeurs découlent de cette orientation de l'Unesco : quelle est la relation à l'autre développée sur les sites du patrimoine mondial dans le cadre du tourisme, et dans quelle mesure ce tourisme participe-t-il à la préservation du site? Et ultimement, comment les grands mots de l'imaginaire patrimonial promu par l'Unesco (culture, développement, dialogue interculturel, tourisme durable) trouvent-ils une effectivité et une réalisation sur les sites, et comment rencontrent-ils l'imaginaire du tourisme? Plutôt que de partir du touriste et du tourisme comme le fait Amirou, je prends comme point de départ le logement touristique dans la médina de Fès. Ce site est inscrit comme patrimoine culturel depuis 1981, et connaît le phénomène, maintenant quelque peu atténué, de l'achat de maisons et de l'ouverture de maisons d'hôtes au Maroc¹¹¹, et est sujet à des politiques de développement touristique¹¹². Non contents de visiter des sites du patrimoine, les touristes ont la possibilité d'y loger, dans des bâtisses qui à Fès sont considérées comme des exemples du

¹¹¹ Ce "phénomène des riads", initié à Marrakech dans les années 1980, a atteint Fès à la fin des années 1990, y a connu un point culminant au milieu des années 2000 avant de retomber dès 2007. Actuellement, les étrangers possèdent quelques 500 demeures et le logement touristique officiel occupe près de 150 maisons sur les 14.000 de la médina.

¹¹² Le projet "Vision 2010", initié au niveau national par le Roi Mohammed VI, s'est traduit dans la région par des Plans de Développement Régional Touristique (PDRT), soutenus par les délégations du Ministère du Tourisme et les Conseils Régionaux Touristiques (CRT).

style architectural et décoratif arabo-andalou, style typique de la ville. J'explore dans cet article diverses formes de relation à l'autre développées dans ces logements (maison d'hôtes et logement chez l'habitant, dénommé *Zyarates*), en questionnant leur lien avec l'imaginaire patrimonial et leur rôle dans la préservation de la médina. L'idée est que l'imagination joue un rôle non négligeable dans cette rencontre, par les images pré-conçues qu'elle propose pour faciliter ou au contraire dégrader la relation à l'autre, et que la rencontre du patrimoine et du tourisme ne fait que renforcer l'imaginaire patrimonial promu par l'Unesco.

Une place importante est donc accordée à l'imagination, en tant qu'activité de l'esprit de fabrication et de convocation d'images, représentations, visions du monde,... L'Unesco, ou plutôt ses membres, via leurs discours et actions, favorise la fabrication et la dissémination d'un imaginaire patrimonial faisant appel aux notions de nostalgie, de préservation du patrimoine, de tourisme durable, d'éducation au patrimoine,... Fabrication, car suivant De Certeau (1990, 159), une autorité locale qui "fait croire est [celle] qui prive de ce [qu'elle] enjoint, ou qui jamais ne donne ce [qu'elle] promet. Bien loin d'exprimer une vide, de décrire un manque, il le crée". Loin de réduire les pratiques de l'Unesco à une simple croyance ou à la création d'une idéologie, il est indéniable qu'elle participe à l'amplification et à la diffusion d'un certain manque : la disparition du patrimoine et son impératif de préservation. Ce questionnement sur l'imaginaire fait partie d'une recherche doctorale consacrée à la relation que les individus ont avec les maisons de la médina de Fès : comment habiter le patrimoine, pour paraphraser le titre d'un ouvrage dirigé par Gravari-Barbas (2005). L'objet central de ma recherche est donc la maison dans ses relations avec divers acteurs humains (propriétaires marocains et étrangers, touristes, membres d'institutions,...) et non humains (normes et règlements, histoire de la ville et archives, politiques nationales,...) qui font, par poussée rhizomatique, tout autant partie de mon investigation. Ne me contentant pas du quotidien de ces maisons (mode d'habiter et d'occuper, histoire), ma recherche aborde les émotions et engagements suscités par la maison, ainsi que ses relations, directes et indirectes, avec l'institution onusienne. Anthropologie pragmatique, anthropologie des émotions et anthropologie des institutions sont donc au programme. Ce qui implique un certain éclectisme dans le rassemblement des informations : entretiens semi-directifs avec des interlocuteurs de tous bords, description de sites internet (site de promotion de la ville ou des maisons d'hôtes, pages facebook, commentaires sur TripAdvisor,...), questionnaire distribué aux touristes, travail aux archives, prise de photographies,... Après une année passé sur le terrain, voyons ce que ces informations recèlent sur les questions qui nous intéressent.

Relation à l'Autre

La relation à l'autre prend une triple forme au sein des logements touristiques. Tout d'abord, une relation matérielle : il s'agit pour le propriétaire d'aménager (meubler et décorer) sa maison pour y recevoir des hôtes. Quatre styles d'aménagement peuvent être distingués, à côté du style arabo-andalou que personne ne revendique : style rural ou berbère, style minimaliste, style occidental, et style marocain, ce dernier se décomposant en style familial actuel et style fassi traditionnel. Si le style marocain familial est largement accepté dans les maisons de logement chez l'habitant, étant par là au plus proche du quotidien des habitants de la médina, aucun des autres styles ne fait l'unanimité, et les critiques entre propriétaires et de la part des autorités vont bon train : style trop rural pour un centre urbain tel que Fès, style trop muséal par la disposition des objets, style trop colonial par la présence de meubles français et anglais en trop grand nombre, style non respectueux de la maison par son minimalisme, style trop chargé de maroquinades,....Au delà de cette typologie sommaire, l'aménagement n'est pas laissé au hasard, devant répondre tout d'abord aux normes touristiques (Charte des maisons d'hôtes et label *Zyarate*). Certains propriétaires, principalement étrangers, accusent les autorités d'imposer un style marocain standardisé digne des hôtels 5 étoiles par leurs critiques et remarques sur la qualité de l'aménagement, plutôt que de favoriser l'éclectisme caractéristique de la ville vu le mélange de populations qu'elle présente¹¹³. D'autres de ne viser qu'à empocher de l'argent en bloquant les autorisations avec comme seule solution la corruption. D'autres encore de ne faire preuve d'aucune compétence patrimoniale (couper un salon en deux pour y faire une réception). Décalage donc dans les appréciations des propriétaires marocaines et étrangers, et les membres des commissions quant à l'imaginaire de la maison traditionnelle fassie, décalage facilité par l'utilisation de termes flous dans la charte : posséder un "salon marocain", une "architecture marocaine traditionnelle", une décoration et un ameublement "de style typique marocain".

Les attentes supposées des hôtes sont un autre guide dans l'aménagement de la maison, au vu de l'objectif de proposer aux hôtes un moment unique, un monde imaginaire en quelque sorte, en rupture avec leur quotidien. Les propriétaires n'hésitent pas à imaginer ce qu'est la tradition marocaine, en jouant sur le couple authenticité/confort, ce qu'a également montré Morice (2005) dans les châteaux recevant des hôtes dans le Val de Loire. S'il est normal que le logement chez l'habitant présente un confort minimal (pas de télévision ni climatisation), les

¹¹³ Sont arrivés par vagues successives à Fès : Berbères, Arabes, Andalous musulmans et juifs, Français chrétiens, résidents étrangers, étudiants et travailleurs subsahariens.

propriétaires de maisons d'hôtes ont des visions différentes des attentes des touristes. Si pour les propriétaires étrangers il est hors de question d'installer des télévisions dans les chambres (sous couvert que les maisons ne se prêtent pas à ce genre de bruit et que les hôtes ne viennent pas pour ça), les propriétaires marocains en sont friands. Ainsi, la tendance (il s'agit bien de tendance et non de généralité) des étrangers est de respecter au maximum le côté "traditionnel et authentique" de la maison, tant par les techniques et matériaux de restauration que par l'aménagement de la maison, allant jusqu'à présenter de façon muséale certains objets actuellement obsolètes (sceau pour reconnaître le pain cuit au four public,...) ou non utilisés pour la décoration (vêtements, jarres à viande,...). Conformément à l'attente d'exotisme des hôtes, le côté confort est matériellement dissimulé à la vue autant que faire se peut (cacher les climatiseurs dans des coffres à moucharabieh). Là où les Marocains voudront moderniser la maison autant que possible (télévision dans chaque chambre, jacuzzi dans une salle de bain,...), conformément aux standards de confort supposément désirés par les hôtes.

Enfin, les propriétaires entendent inscrire leur trace dans la maison en l'aménageant d'une manière plus ou moins conforme à leurs goûts, notamment dans la décoration : certains ne supporteraient pas de "vivre dans un musée", d'autres aménagent en fonction de leurs souvenirs d'enfance ou de ce qu'ils ont toujours connu, d'autres encore s'inspirent de magazines de décoration ou de livres concernant l'art oriental. L'orientalisme est d'ailleurs une critique formulée par les Marocains à l'égard des étrangers. Mais pour beaucoup de propriétaires, les goûts sont de moindre importance : ils ont en effet choisi de ne pas résider dans la maison de logement touristique, excepté pour le logement chez l'habitant où résider dans la maison est une condition pour obtenir le label. Les propriétaires désirent en effet faire une coupure entre le lieu de travail (la maison d'hôtes qui constitue une activité économique à part entière et non un revenu secondaire) et le lieu de résidence, préserver leur vie intime, ne pas sans cesse être sollicité par des hôtes, et pouvoir faire ce qu'ils veulent chez eux (laisser trainer des affaires personnelles, inviter des amis à diner,...).

Respecter des normes (trop) proches de l'hôtellerie, proposer des standards de confort, décorer selon ses goûts et souvenirs, autant d'images qui influencent la manière d'aménager, et qui ne laissent pas les hôtes indifférents à en croire les avis sur TripAdvisor où les touristes insistent sur l'enchantement que procure un tel séjour : dépaysement et exotisme semblent donc bien au rendez vous. Les déceptions des hôtes proviennent d'une attente disproportionnée résultant de la lecture des commentaires des autres usagers, et donc d'un décalage entre l'imagination

de ce que le séjour dans la maison réserve, et le séjour effectif. Autre bémol dont les hôtes tiennent compte dans leurs avis : l'accueil. De fait, les logements touristiques les mieux classés sur TripAdvisor sont ceux dont l'accueil est familial, tout en restant respectueux de l'intimité.

Ce qui amène à la seconde forme, la relation interpersonnelle : comment accueillir l'hôte chez soi, tout en restant chez soi? Giraud (2007) s'est intéressé à la manière de recevoir le touriste en ami, type d'accueil prôné dans les maisons d'hôtes et le logement chez l'habitant. Selon l'auteur, cette relation est triple : marchande (procurer un hébergement contre rémunération), amicale (procurer un service relationnel) et ancillaire (procurer des prestations au service des hôtes). Toute la difficulté étant alors de mettre en scène la relation marchande pour lui donner une apparence amicale (mais pas trop) tout en ne défailant pas à la prestation de service. Ainsi, par les règles à respecter et les conversations (le propriétaire mange avec les hôtes, les accueille, les rejoint au salon en fin de journée,...), hôtes et propriétaires vont créer des références communes (prendre la ville de Fès comme base des échanges, se découvrir des points commun,...) et une certaine familiarité (se tutoyer, dire "être de retour à la maison" après une journée en médina,...), gommer les différences sociales le temps du séjour (cadres, médecins et fonctionnaires mangent à la même table). Mais il s'agit pour le propriétaire d'euphémiser la relation marchande, de jouer le jeu d'une relation enchantée en anticipant les demandes des hôtes (apprêter la chambre tous les jours, proposer des petits déjeuner gargantuesques,...), en offrant des petits plus (soins de massage, blanchisserie,...) et en inversant les rôles (habitant la médina depuis un certain temps, le propriétaire se place en "drôle d'expert" de cette médina et de sa maison : le discours qu'il présente aux hôtes intéressés n'est en rien celui d'un expert, mais celui d'un habitant qui, du fait du quotidien et d'une certaine documentation, en connaît plus que les hôtes). La rencontre des hôtes et des propriétaires s'opère donc dans le cadre d'une relation interpersonnelle imaginative, où la conformité de chacun à l'image qui est attendue de lui assure un bon déroulement du séjour.

Enfin, une relation imaginative avec d'une part la présentation des maisons sur des sites internet, et les propos rapportés par les voisins. Les propriétaires de logement touristique possèdent tous un site internet de présentation et promotion de leur maison. Pour *Zyarate*, le cas est quelque peu particulier : un site fonctionne comme centrale de réservation, présentant à la fois la démarche *Zyarate* (le partage de la vie de famille est de mise pour faire découvrir la vraie vie marocaine), le label et les maisons, mais certains propriétaires ont décidé de créer leur propre site ou page Facebook. Si sur le site central ils n'ont que 3 ou 4 photos de leur

maison (le salon, le patio et des chambres), leur site personnel présente plus de photos, et un descriptif succinct de la maison et des services proposés. Pour les maisons d'hôtes, les sites sont plus élaborés. La structure classique du site est une page d'accueil (présentation générale de la maison et de l'équipe), la présentation des chambres à louer, les services proposés (dîner, blanchisserie, taxi et excursions,...), la galerie de photos, la page de réservation et tarifs, une page de contact et localisation, et éventuellement une page sur la ville des Fès. D'autres ajoutent des liens : blog, actualités, conseils aux voyageurs,...

Des écarts par rapport à la maison traditionnelle (c'est à dire telle que décrite dans la littérature spécialisée : architecture, histoire de l'art, histoire,...) sont observables dans ces présentations de maisons sur internet. Tout d'abord, un changement de fonction de certaines pièces à des fins utilitaires surtout. Le salon reste le lieu de rencontre et de réception des invités, mais son caractère de convivialité (lieu de rencontre et de discussion autour d'un thé à la menthe) est exacerbé, notamment par l'ajout d'une cheminée (ce qui sort des us habituels). La terrasse, dont sont vantées la vue sur la médina et la possibilité de s'y détendre au soleil, passe de lieu de liberté des femmes et de séchage (linge, viande,...) à lieu de détente très fréquenté et aménagé pour (transats, parasols,...). Les chambres sont individuelles et interdites aux autres individus présents dans la maison et non plus occupées par un couple de la famille élargie. Le patio enfin est transformé en salle à manger. Outre ces changements de fonction de certaines pièces, un nouveau jeu s'instaure entre l'ouverture et la fermeture de la maison, maison "traditionnellement" décrite comme fermée à l'extérieur (invisible aux étrangers et passants) et ouverte sur l'intérieur autour du patio dans la tradition. Mais les sites internet permettent une ouverture vers l'extérieur sans précédant, rendant possible la vision de la maison par une multitude d'étrangers, et le principe de fermeture est vanté comme assurance de l'intimité au sein de la maison.

La présentation des maisons sur les sites internet vise principalement à intéresser le client potentiel, entre exotisme de la maison arabe et standards de confort. D'une manière générale, les maisons sont présentées en termes de mélange entre authenticité, tradition, charme et raffinement de l'architecture arabo-andalouse,... et confort, modernité,.... Autant de qualités vantées dans les commentaires des hôtes sur TripAdvisor. Les propriétaires accordent une importance particulière aux photos de leur maison (choix réfléchi du photographe aussi professionnel que possible, sommes importantes dépensées,...) pour la présenter sous son meilleur jour sans en faire un endroit situé hors de toute réalité que l'hôte ne retrouverait pas sur place. Mais la maison n'est jamais présentée comme un patrimoine culturel, mais parfois

comme étant située sur un site inscrit au patrimoine mondial. Le patrimoine par contre figure comme tel sur le site central de *Zyarate* : il s'agit d'associer le tourisme au développement humain et à l'architecture, de sauvegarder le patrimoine matériel (les maisons) et immatériel (les traditions) en permettant à des familles de rester chez elles. Le label "patrimoine mondial" est mentionné pour attirer la clientèle, sans pour autant en faire un élément décisif. Tout au plus est-il mentionné sur la page d'accueil. Sont plutôt mentionnés les éléments typiques de la maison fassie qu'attendent les hôtes : tradition, raffinement, charme,... Il en va de même pour les autorités en charge de la promotion touristique de la ville : plus que le patrimoine mondial, ce sont les éléments qui font que c'est un patrimoine qui importent (capitale spirituelle et culturelle, ville moyenâgeuse,...). C'est en effet une histoire négociée, et faisant l'unanimité, résultant de l'inscription à l'Unesco qui est promue. Ainsi, la période du Protectorat français, les actions qui y ont été entreprises dans le domaine du patrimoine et les hommes illustres y ayant participé sont éliés. C'est une histoire imaginée ayant une continuité logique depuis la fondation de la ville au 9ème siècle et nettoyée de toutes les parties sombres.

Maintenant, que pensent les voisins et autres résidents marocains du logement touristique? Aucune critique, si ce n'est une certaine jalousie déguisée, n'est émise envers le logement chez l'habitant. Seuls certains propriétaires de maison d'hôtes sont amers quant à la concurrence que représente *Zyarate*, et à la tournure de maison d'hôtes ou de pension que prennent certaines maisons (augmentation des prix, proposition de services,...). Si les résidents vantent au premier abord les maisons d'hôtes (permettent de restaurer des maisons, fournissent des emplois,...), certains émettent des remarques : les maisons d'hôtes sont des lieux de débauche (prostitution, alcool, tournage de films pornographiques,...), introduisent des étrangers parfois irrespectueux (ne disent pas bonjour, sont en maillot de bain sur les terrasses) et sans cesse changeant dans les quartiers, volent l'argent du Maroc en payant une misère les employés marocains, sont synonymes de beaucoup d'argent à investir et à gagner. Certaines de ces critiques avait d'ailleurs été mises en évidence à Marrakech (Kurzac-Souali, 2007; Saigh-Bousta, 2004). A la place de la convivialité entre voisins tant vantée des temps passés, au mieux des portes closes, et des critiques le plus souvent sous-jacentes et non fondées (rare sont les résidents qui rentrent dans les maisons d'hôtes), relatives à un certain mode de vie occidental (capitalisme, égoïsme, débauche).

Conclusion

Au terme de cette description des relations à l'autre dans les logements touristiques à Fès, la conclusion tiendra en deux points.

Le premier concerne la relation entre tourisme et patrimoine. De nombreuses études sont menées sur leur relation : études économétriques (Tallandier, 2008), études comparatives de sites inscrits et non inscrits (Nicot et Ozdirlik 2008), bénéfices socio-économiques que génère l'inscription sur la liste du patrimoine mondial (Prud'Homme, 2008), flux entre scapes différents (Di Giovine, 2009),.... Mais les liens entre tourisme et patrimoine restent peu clairs (Gravari-Barbas et Jacquot, 2008). A Fès, l'argument du patrimoine mondial ou de l'Unesco dans la promotion de la ville ou la publicité des maisons d'hôtes est marginal et considéré comme non décisif. De plus, le classement ne figure pas parmi les motifs d'installation des étrangers dans la médina : il s'agit le plus souvent du hasard ou d'un coup de coeur. Mais encore, l'arrivée massive d'étrangers en médina de Fès suit l'inscription au patrimoine mondial avec un décalage d'une vingtaine d'années, ce qui fait attribuer cet afflux à la saturation de Marrakech et Essaouira et atténue l'assertion si souvent entendue d'un désir de classement en vue du développement touristique. Enfin, peu de propriétaires considèrent leur maison comme un patrimoine culturel : il s'agit plutôt d'un patrimoine économique (business), familial (héritage) ou personnel (projet, "bébé"). Le patrimoine culturel à Fès étant la médina dans son entièreté, et certains lieux tels que les *foundouk* (caravansérails), *médersa* (écoles coraniques), mosquées,... Les maisons étant plutôt décrites par leur histoire et leur authenticité.

D'un autre côté, le développement touristique a permis la restauration et l'amélioration de lieux publics (ravalement des façades, installation de l'éclairage public,...) et privés (maisons : non seulement celles servant de logement touristique, mais également celles de voisins qui, étant imbriquées les unes aux autres, si elles présentent une menace quelconque, doivent être réparées). La préservation du patrimoine est également revendiquée par les habitants dans le maintien et le développement de certains corps de métiers et savoir-faire utiles à la restauration des maisons (mosaïstes, plâtriers,...). Mais ces conséquences ne sont pas directement liés à la cause patrimoniale.

Plutôt que d'aborder le tourisme et le patrimoine en termes de relation causale (pourquoi le patrimoine mondial est en relation avec le tourisme), mieux vaut se demander comment ils sont en relation. L'idée est alors celle d'une rencontre au sein de situations entre des référents circulants, dans ce cas le patrimoine et le tourisme, ces référents étant quelque chose (une

référence) qui circule entre diverses situations, où elle prend plusieurs formes (matérielle, immatérielle) tout en restant similaire dans son "essence" (ce qui lui assure sa qualité de référence). Ainsi, patrimoine mondial et tourisme se rencontrent sous diverses formes dans la médina de Fès : logement touristique, discours et outil dans le cadre du développement touristique et durable,...

Cette qualité de référent du patrimoine, et la multitude de formes qu'il peut prendre, amène au second point, concernant l'imaginaire et l'imagination. C'est par l'imagination que les propriétaires de logements touristiques abordent leur maison : forme "patrimoniale" qu'elle doit prendre (posséder des caractéristiques traditionnelles marocaines), maison imaginaire supposément attendue par les touristes, conformité à une maison de rêve ou à tout le moins désirable. Il faut entendre ici par imaginaire un ensemble d'images (idées, référents circulants, idéologies, rêves, catégories...) portées et diffusées par des regroupements humains spécifiques, et pouvant se réaliser au sein de situations sous de multiples formes dans des objets ou des pratiques. Par exemple, l'Unesco diffuse des images d'authenticité relatives au patrimoine prenant forme dans l'inscription de sites sur la liste du patrimoine mondial et le développement de nostalgie. A Fès, les autorités diffusent des images d'authenticité relatives au patrimoine de la ville prenant forme dans la préservation de certains monuments et maisons. Et les propriétaires diffusent des images d'authenticité relatives à leur maison et leur ville prenant forme dans le type d'aménagement effectué. Un même référent donc, issu de l'imaginaire patrimonial, mais des réalisations différentes.

Les individus ne sont donc pas de simples rêveurs, récepteurs d'images qui circulent et qu'ils se contenteraient d'appliquer : ils les utilisent autant qu'ils les diffusent, via ce que De Certeau (1990) appelle des ruses. L'imagination est donc à la fois leurre (Lacan, 1966), les référents circulants étant trop généraux que pour en appeler à une définition précise et universellement admise, seule leur idée peut faire l'objet d'un consensus. Et source de créativité (Castoriadis, 2008), par leur réalisation dans diverses formes. A l'imagination s'ajoute donc la création, donnant lieu à la multitude des formes effectuées, et rejoignant ainsi la conception de Bachelard (1948) de l'imagination comme faculté de déformer les images, de les modifier, de les transformer, s'opposant ainsi à la mémorisation, qui est quant à elle une fixation des images dans le temps. D'où le paradoxe de l'Unesco : vouloir fixer le patrimoine pour le préserver tout en agissant dans des situations caractérisées par le changement (développement urbain ou touristique). L'imaginaire porté par l'institution, par la généralité des référents circulants qui le constituent, peut être réalisé dans des situations particulières sans pour autant

être trop déformé, et peut rencontrer d'autres imaginaires (parfois porteurs des mêmes référents circulants mais auxquels une autre valeur est donnée) dans sa réalisation. Tourisme et patrimoine peuvent ainsi se rencontrer en situation, le travail de l'imagination et de la création des individus leur assurant une réalisation conflictuelle ou non, sous une forme ou une autre.

Bibliographie

BACHELARD Gaston, *La terre et les rêveries de la volonté*, Paris, J. Corti, 1948

CASTORIADIS Cornelius, *L'imaginaire comme tel*, Paris, Hermann Philosophie, 2008

COUSIN Saskia , *"L'Unesco et la doctrine du tourisme culturel. Généalogie d'un bon tourisme"*, *Civilisations*, vol. 57, pp. 41-56, 2008

DE CERTEAU Michel, *L'invention du quotidien. Arts de faire (tome I)*, Paris, Gallimard, 1990

DI GIOVINE Michael, *The Heritage Scape. Unesco, World Heritage and Tourism*, Plymouth, Lexington Books, 2009

GIRAUD Christophe, *"Recevoir le touriste en ami. La mise en scène de l'accueil marchand en chambre d'hôtes"*, in *Actes de la recherche en sciences sociales*, 170, 5, pp. 14-31, 2007

GRAVARI-BARBAS Maria (dir.), *Habiter le patrimoine. Enjeux, approches, vécu*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes, 2005

GRAVARI-BARBAS Maria et JACQUOT Sébastien, « *Impacts socio-économiques de l'inscription d'un site sur la liste du patrimoine mondial : une revue de la littérature* », in PRUD'HOMME R., *Les impacts socio-économiques de l'inscription d'un site sur la liste du Patrimoine Mondial : trois études*, Paris, Unesco, pp. 10-71, 2008

KURZAC-SOUALI Anne-Claire, *"Rumeurs et cohabitation en médina de Marrakech : l'étranger où on ne l'attendait pas"*, in *Hérodote*, 4, 127, pp. 64-88, 2007

LACAN Jacques, *Ecrits*, Paris, Seuil, 1966

MORICE Jean-René, *"Le phénomène en France des châteaux privés recevant des hôtes : une innovation issue du Val de Loire"*, in GRAVARI-BARBAS Maria (dir.), *Habiter le patrimoine. Enjeux, approches, vécu*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes, pp. 493-508, 2005

NICOT Bernard-Henri et OZDIRLIK Burcu, *"Les impacts socio-économiques de l'inscription sur la liste du Patrimoine Mondial : Deux comparaisons en Turquie"*, in PRUD'HOMME R., *Les impacts socio-économiques de l'inscription d'un site sur la liste du Patrimoine Mondial : trois études*, Paris, Unesco, pp. 111-153, 2008

PRUD'HOMME Rémy, *Les impacts socio-économiques de l'inscription d'un site sur la liste du Patrimoine Mondial : trois études*, Paris, Unesco, 2008

SAIGH BOUSTA Rachida, *"Voisinage des riads-maisons d'hôtes dans la médina de Marrakech. Résultats d'une enquête réalisée en mars 2003"*, in SAIGH BOUSTA R. (dir.), *Communication interculturelle, patrimoine et tourisme, Marrakech*, Université Caddi Ayyad, FLSH, p. 179-202, 2004

TALLANDIER Martin, *Le classement Unesco favorise-t-il l'activité touristique et le développement économique local? Un étude économétrique du cas de la France*, papier présenté dans le cadre du Colloque Unesco (Centre du Patrimoine Mondial) en septembre 2008, 2008

4.5. En quête de spiritualité et d'exotisme : enquête dans les *HAROUSSI*. Aux prémices d'une anthropologie de l'échange touristique à Mayotte.

Looking for spirituality and exoticism : fieldwork in the HAROUSSI. At the Beginnings of an Anthropology of Tourist Exchange in Mayotte.

Madina REGNAULT

EHESS

Madina REGNAULT (madina_regnault@yahoo.fr) est doctorante à l'EHESS et a été par deux reprises chercheuse invitée à l'Université de Californie Berkeley (Tourism Studies Working Group). Ses travaux portent sur les politiques culturelles et la mise en tourisme des patrimoines culturels à La Réunion et à Mayotte. Elle est également chargée d'enseignement (Université Paris III-Sorbonne Nouvelle) et consultante en politiques culturelles, tourisme et développement.

Résumé :

Sur l'île de Mayotte, l'absence de politique de patrimonialisation culturelle pousse les Occidentaux à chercher 'ailleurs', et par eux-mêmes, les moyens de se rapprocher de la culture de l'Autre. Engagés dans une inlassable "quête d'authenticité", ces étrangers s'offrent une part d'exotisme teintée de spiritualité en s'introduisant dans les *Haroussi* (mariages traditionnels). D'autres, choisissent de devenir les acteurs principaux de ce type de pratique cérémonielle en organisant leur propre mariage dans le respect de la tradition mahoraise.

Comment se caractérise l'échange entre initiés et profanes? Transforme-t-il ses protagonistes? De quelle manière cette rencontre interculturelle est ensuite rapportée par les touristes et les locaux?

Mots clés : *Haroussi*, altérité, échange, mise en tourisme, Mayotte.

Abstract :

On Mayotte Island, the absence of cultural policy urges the Westerners to found 'somewhere else', and by themselves, a way to get closer to the culture of the Other. Involved in a constant "quest of authenticity", these foreigners offer themselves a piece of exoticism tinged with spirituality by getting into *Haroussi* (traditional weddings). Others choose to become the main actors of this type of ceremonial practice by organizing their own wedding in the respect of the local tradition.

How is the exchange between initiated and uninitiated people? Does it transform its protagonists? How is this intercultural relation reported by the tourists and the local people?

Key words: *Haroussi*, Otherness, exchange, touristification, Mayotte.

I. Introduction

Cette communication n'est aucunement la présentation exhaustive de ma thèse de doctorat. Celle-ci portait sur les politiques culturelles et les politiques de mises en tourisme des patrimoines à La Réunion et à Mayotte. En outre, au fur et à mesure que j'étudiais les processus de patrimonialisations touristiques sur l'île de Mayotte (France, Océan indien), l'absence de politiques publiques dans le domaine du tourisme culturel me conduisait à observer comment les étrangers s'accommodaient de cette carence. Ce questionnement me mena dans les *Haroussi*, les Grands Mariages traditionnels mahorais. Evènements sociaux, festifs et culturels, ces célébrations sont prisées des Occidentaux. Les *Haroussi* permettent aux *Mzoungous* (appellation désignant les Occidentaux qui signifie « blancs » en shimaoré, l'une des deux langues locales) de faire l'expérience d'un échange culturel que l'industrie touristique (encore embryonnaire) ne leur propose pas.

De quelle manière peut-on observer, appréhender et mettre en perspective ces situations d'échanges ?

Dans un premier temps, nous présenterons les outils épistémologiques et méthodologiques employés. Les résultats des enquêtes de terrains seront expliqués dans un second temps. Nous verrons comment se mettent en place, avec les touristes, des situations d'échanges qui ne relèvent pourtant pas d'un échange touristique 'classique', organisé, encadré. De plus, si l'autochtone est systématiquement désigné comme étant *l'Autre*, nous verrons comment les locaux recomposent leurs identités collectives à partir de leur rapport à *l'Autre* ; c'est-à-dire à celui qui est différent, l'étranger, en un mot : le touriste. Dans un troisième temps, il s'agira aussi d'interroger la place et le rôle du chercheur dans les situations d'échanges présentées. Cet article ne se limite pas à décrire les phénomènes observés mais l'élément central de cette contribution réside dans l'étude du phénomène par la prise en compte complémentaires des multiples protagonistes de l'échange, incluant ainsi le chercheur.

II. Méthodes et pratiques pour l'observation du *Haroussi*

Observation participante

Si en France, les recherches sur le tourisme connaissent un engouement ces dernières années, il demeure que celles-ci tendent à s'enfermer sur leurs disciplines respectives alors que paradoxalement les études en sciences sociales en règle générale valorisent l'utilisation d'approches disciplinaires concertées. Nous pouvons nous demander dans quelle mesure ces

interconnexions disciplinaires peuvent nous permettre d'aller de l'avant dans l'étude et l'analyse des phénomènes touristiques. Plus particulièrement, nous devons nous interroger sur le choix de l'approche à valoriser : pluridisciplinaire, interdisciplinaire ou transdisciplinaire ? Dans *Études sociologiques* (1965), Jean Piaget distinguait déjà la recherche *pluridisciplinaire* dans laquelle plusieurs sciences collaborent, chacune conservant sa spécificité ; la recherche *transdisciplinaire* qui se situe à un important niveau d'abstraction, utilise des théories et concepts communs à toutes les sciences sociales et enfin, la recherche *interdisciplinaire*, qui implique confrontation, échange de méthodes, concepts et points de vue. Afin de permettre de comprendre les multiples facettes des phénomènes liés à l'échange touristique, il semblerait qu'il faille aller au-delà des approches *pluri* et *trans*-disciplinaires pour valoriser la mise en confrontation méthodologique, épistémologique et conceptuelle des disciplines. De ces juxtapositions, oppositions et comparaisons ressortent des données qui, mises en relation les unes aux autres, permettent de conceptualiser la question du rapport à l'Autre.

Dans le cas précis du *Haroussi*, les méthodes héritées de la science politique ont permis de constater non seulement l'inefficience, mais l'inexistence même, d'un schéma de politique publique valorisant les patrimoines culturels en tant que ressource touristique.

Il s'agissait alors de confronter ces données avec la mise en contexte sur le terrain. Dans cette perspective, les apports de l'anthropologie ont été déterminants. Au sein-même de l'anthropologie et de l'ethnologie, les écoles de pensées se confrontent. Un des pères fondateurs de la discipline, Marcel Mauss, posait les conditions suivantes quant à l'enquête ethnographique : « *Ne pas 'croire'. Ne pas croire qu'on sait parce qu'on a vu ; ne porter aucun jugement moral. Ne pas s'étonner. Ne pas s'emporter. Chercher à vivre dans et de la société indigène* » (Mauss 1967 : 21). Lors de mes enquêtes de terrains, j'ai à chaque fois « *cherché à vivre dans et de la société indigène* » mais, malgré les mises en garde formulées par Mauss, je me suis « *étonnée* » souvent, et « *emportée* » parfois, justement en raison de cette proximité que j'ai pu avoir avec les sociétés étudiées. J'aimerais revenir sur les exigences méthodologiques adressées par M. Mauss pour ramener la problématique de l'échange sur le terrain, non pas de l'observé, mais de l'observateur. Comment comprendre les phénomènes liés à la rencontre si nous nous empêchons nous même de vivre cette rencontre pleinement ? Comment interpréter les réactions déclenchées chez l'*outsider* si nous bloquons nos propres ressentis ?

D'ailleurs, une trop grande neutralité peut être vécue comme un véritable affront par les interlocuteurs privilégiés qui nous permettent de pénétrer des sphères rituelles auxquelles

nous n'aurions pu avoir accès sans leur intervention¹¹⁴.

D'une manière générale, la « neutralité » traditionnellement posée en impératif de la recherche anthropologique et ethnologique est à interroger. Dans le cas du *Haroussi*, la question des émotions est au centre de l'expérience. Montrer mes émotions a été un élément déterminant dans la réussite des enquêtes de terrains. Pour être plus précise, si les réactions les plus vives des *Mzoungous* déclenchaient les explications de la part des médiateurs esthétiques, il en était exactement de même pour le comportement que j'adoptais. Ainsi, « m'étonner » à un moment donné aura déclenché un échange. Il aura permis aux initiés de se muer en *go-between* (intermédiaires culturels) devenant ainsi des ambassadeurs de leur culture. L'action et l'engagement de ces protagonistes de l'échange permet de conférer à ces *Haroussi* une caractéristique et une fonction d'« entre-lieux » (Turgeon, 1998). Cette notion caractérise les espaces de contact, d'échanges et d'interactions générateurs de mélanges et de créations culturelles. Comment, dès lors, mettre en perspective les pratiques qui ont lieu dans ces zones tampons interculturelles ?

Toujours dans une approche interdisciplinaire, le recours aux *cultural studies* (Mattelart ; Neveu 2003) est précieux pour analyser les évolutions provoquées par ces situations d'échanges pluriformes. L'apport des *cultural studies* est essentiel car permettant de conceptualiser les aspects qui sont au cœur de notre réflexion : évolution des pratiques rituelles, rapport à l'Autre, rapport à soi. Pourtant, A. Mattelart et E. Neveu mettent aussi en garde contre les dérives d'un courant disciplinaire qui mènerait à des théorisations excessives déconnectées des vécus sociaux locaux. Dans cette perspective, l'interdisciplinarité permet de confronter les enseignements des *cultural studies* avec des enquêtes de terrains approfondies.

Au cœur de pratiques aux configurations protéiformes : l'échange

En avril 2007, j'ai réalisé mon premier séjour de terrain sur l'île de Mayotte avec pour thématique la politique culturelle. L'étude réalisée relevant avant toute chose des politiques publiques, mes entretiens semi-directifs étaient tournés vers les responsables et acteurs dans ce domaine. Lors de ce premier terrain, je n'avais pas envisagé de faire des enquêtes ethnographiques car, à ce moment-là, je n'en voyais pas la nécessité immédiate. En dehors de

¹¹⁴ Citons Nadège Chabloz (2010) qui fait référence à une des familles qui lui permis de réaliser son enquête de terrain dans le milieu du tourisme « mystico-spirituel » au Gabon. Selon l'anthropologue : « Elle me reprocha également de me cantonner à un travail universitaire sans avoir donné libre cours à mes « émotions » ».

mes enquêtes de terrain, je me suis investie dans la vie culturelle et sociale locale du quartier où je résidais pendant mon séjour à Mayotte (M'Tsapéré-Malamanga). Un soir, une voisine me parla d'un grand Mariage qui avait lieu dans le quartier. Ayant vécu trois années à Mayotte quelques temps auparavant (1999-2002) et malgré mes origines (mère métisse Mahoraise), je n'avais jamais eu l'occasion d'assister à cet évènement qui est pourtant un moment majeur dans la vie de chaque Mahorais. Accompagnée de ma voisine, je me suis donc rendue à un *tari* (moment de socialisation du grand Mariage réservé aux femmes) et remarqua la présence de deux *Mzougous*, qui semblaient tout aussi « profanes » que moi. En 2008, je me rendis à un autre *Haroussi* et observa, encore de loin, la présence d'un groupe de *Mzougous*. En aout 2009, j'étais invitée au mariage d'un cousin éloigné, Djamal A. Lui et sa compagne constituent ce que nous nommerons le Couple de type A, c'est-à-dire le couple composé de Mahorais qui organisent leur mariage dans la tradition comorienne locale. Ils représentent la norme de référence. Arrivée sur le lieu des festivités, je fis la rencontre de trois jeunes femmes métropolitaines. L'une d'entre elles, Marie C., m'expliqua qu'elle résidait dans le quartier (*M'tsapéré- M'balamanga*) et qu'elle voulait absolument voir un mariage dit « traditionnel ». C'est pour cela qu'elles en avaient parlé à leur voisine qui leur avait dit de venir. Je me rappelle avoir trouvé la démarche maladroite pour ne pas dire déplacée, avant de me rendre compte qu'il en avait été exactement de même lorsque je m'étais rendue à mon premier *Haroussi* en 2007. Pendant que je discutais avec les trois jeunes femmes, la sœur de la mariée, qui ne les connaissait pas et savait qu'elles n'avaient pas été invitées formellement, les accueillit, les aida à se vêtir d'un *salouva* (habit traditionnel) et les maquilla avec du *mzindzano* (masque de beauté traditionnel, fabriqué à base de bois de santal). Faiza leur prêta également des *mbiwis* (petits bâtons de bambou que les femmes entrechoquent pour faire de la musique pendant les festivités) afin qu'elles puissent elles aussi jouer au moment venu. Contrairement à d'autres destinations insulaires, nous ne pouvons pas dire qu'il existe une « culture touristique » à Mayotte (Picard 1992). Pourtant, il existe bien une culture de l'échange touristique. Plus tard, Faiza m'expliqua que la présence systématique de *Mzougous* lors des mariages a mené à une adaptation des comportements. L'interviewée expliquait : « *On préfère les intégrer complètement et leurs montrer nos traditions plutôt que de les laisser en marge comme c'était le cas avant où il n'y avait quasiment jamais d'échanges avec les Mzougous, et où ils prenaient des photos de nous de loin un peu comme si ils les volaient.* » (entretien du 8 août 2009, à M'tsapéré).

Cet évènement a été un déclencheur et m'a par la suite conduit à mener d'avantage d'enquêtes

de terrain (observation participante) dans les *Haroussi*. Mon objet d'étude était les *Mzoungous* qui assistent aux *Haroussi* et qui, par leurs actions, transformaient une pratique culturelle en spectacle participatif. Puis, de terrains en terrains, je constatais que cette pratique ne permettait pas de restituer l'intégralité d'un phénomène plus large, pluri-forme. La nature des Grands Mariages évoluait effectivement en raison de la présence de profanes dans l'assemblée mais cela allait plus loin. Mon enquête de terrain réalisée à l'été 2010 a mené à l'observation d'autres cas de figures.

Il existe une multiplication des *mariages mixtes* entre Mahorais et non-Mahorais (*Mzoungous* mais pas seulement), lesquelles respectent la tradition locale. Un premier cas a été celui d'un jeune couple de connaissance. La jeune femme, Marylin P., 29 ans, est métisse mahoraise et a vécu à Mayotte jusqu'à sa majorité. Son conjoint, Boris D., 31 ans, est *Mzoungou*. Le couple (nommons-le couple de type B) s'est rencontré en métropole et décide de se marier à Mayotte, pour respecter la volonté de la mère de Marylin. Des entretiens ont été réalisés avec le couple B à l'été 2010, soit pendant la phase de préparation du mariage, lequel a eu lieu à l'été 2011. La famille proche de Boris (parents, frère) s'est déplacée pour le mariage de celui-ci.

Egalement à l'été 2010, plusieurs mariages se préparaient dans le quartier où l'enquête a été réalisée. Parmi ceux-ci, d'autres *mariages mixtes*. Il ne s'agissait pas de couples *Mzoungous*-Mahorais. Tout d'abord, Fatima K. mariait sa fille Mariama K. à un jeune homme originaire de Djibouti : ils constituent le couple de type C). Ce couple a respecté la tradition mahoraise. La famille du marié ne s'est pas déplacée de Djibouti¹¹⁵.

Un autre phénomène grandissant, particulièrement différent dans son essence et dans sa forme, est celui des couples *Mzoungous* qui se marient « à la mahoraise ». Une étude de cas est celle d'un jeune couple métropolitain (couple de type D) qui est venu s'installer ponctuellement à Mayotte. Sachant que leur passage à l'île Mayotte ne sera que de quelques années, Aurélie S-T. et Vincent T. veulent « profiter de l'occasion » et du « cadre idyllique » (entretien du 25 août 2010), pour se marier sur place. Ils décident alors de faire un mariage traditionnel mahorais. A cette occasion, les familles des mariés et leurs amis proches se rendent à Mayotte. Ce type de phénomène se distingue fortement du phénomène précédant par une caractéristique majeure : il transporte le *Haroussi* dans la sphère touristique. Le rituel

¹¹⁵ Remarquons qu'évidemment ce cas n'est pas isolé et nous avons pu observer des cas du même type (C) avec d'autres couples (ex. Mahorais-Martinaquaise/ Mahoraise-Tanzanien etc.). Dans tous les cas observés, les familles des non-Mahorais n'avaient pas fait le déplacement pour ces événements.

devient un divertissement. Les spectateurs sont des touristes venus spécialement pour l'occasion. Il faut toutefois remarquer que ce type de phénomène est encore marginal et que nous sommes loin de la folklorisation des mariages orchestrés par les opérateurs touristiques dans des destinations telles que Tahiti ou Hawaï. Néanmoins, il faut remarquer que le Grand Mariage se positionne progressivement parmi les incontournables d'une industrie touristique en construction. Inscrit dans le Guide du Routard¹¹⁶, cette pratique traditionnelle religieuse, y est présentée comme un divertissement à ne pas manquer.

Tableau 1 : Les quatre types de configurations d'échange culturel et /ou touristique

TYPE DE CAS	PROTAGONISTES	NATURE DE L'ÉCHANGE
A	<i>Couple Mahorais/ Mahorais</i> Idéal-type représentant la norme sociale	Mariés appartenant à la même culture (culture mahoraise) ↓ Produit de l'échange touristique et culturel : spectateurs Mzoungous
B	<i>Couple Mahorais/Mzoungou</i>	Mariés de deux cultures différentes : Echange culturel endogène, dans la sphère de l'intime ↓ Produit quelques cas d'échange touristique et culturel en périphérie (famille : spectateurs Mzoungous)
C	<i>Couple Mahorais/non-Mahorais (non-Mzoungou)</i>	Mariés de deux cultures différentes : Echange culturel endogène, dans la sphère de l'intime ↓ Peu de cas d'échange touristique et/ou culturel en périphérie (absence des familles non-mahoraises)
D	<i>Couple Mzoungou/Mzoungou</i>	Mariés appartenant à la même culture (occidentale): ↓ Produit de l'échange touristique et culturel en périphérie (déplacement des familles Mzoungous) + Echange inversé : les locaux observent les Mzoungous reprendre à leur compte une de leurs pratiques

Madina REGNAULT, septembre 2011

III. Analyse du *Haroussi* : rapport à l'altérité, rapport à soi

Rites de partage

Mes enquêtes de terrain initiales se sont concentrées sur les comportements des touristes/étrangers dans le cas de mariages de type A. Conceptualisant les observations faites lors de ces recherches, j'ai nommé « *rite de partage* » la prise en charge et l'intégration des

¹¹⁶ Cf. édition en ligne : http://www.routard.com/guide/code_dest/mayotte.htm, consulté le 2 février 2011

étrangers par les locaux (Regnault, 2011). Alors que les personnages principaux de l'évènement (les jeunes mariés) vivent un « rite de passage », se déroule dans le même temps des « rites d'interaction » (Goffman, 1974) pendant lesquels les rencontres « face to face », bien que récemment créées, sont déjà parfaitement ritualisées (avec des étapes et des impératifs dans l'« accueil » des étrangers). Comme le met en avant Goffman, l'intérêt de l'expérience ne réside non pas dans l'analyse des réactions individuelles mais bien de la nature et des caractéristiques de l'interaction qui se met en place. Dans le cas des *Haroussi*, les arrangements de visibilité, l'organisation spatiale et territoriale s'organisent, tout comme chez Goffman, dans le respect d'un principe fondamental qui est celui de « *sauver la face des uns et des autres* ». Selon Goffman, la notion centrale de « face », intimement liée à celle de « rituel », peut se définir comme « *la valeur sociale positive qu'une personne revendique effectivement au travers de la ligne d'action que les autres supposent qu'elle a adoptée au cours d'un contact particulier* » (Goffman 1974 : 9). L'échange observé lors des *Haroussi* se base sur l'établissement d'un certain code de conduite tacite entre initiés et profanes. Ce code de conduite repose sur une valeur centrale et fondatrice qui est alors érigée comme la norme de cette interaction : le partage. Cette pratique régit les relations entre *host and guest* (Smith 1989). Elle permet d'instaurer une rencontre harmonieuse entre le *mzoungou*, qui cherche à vivre une expérience nouvelle, et l'hôte local, qui accepte de partager sa culture. Les processus observés sont rendus possible du fait de l'hospitalité mahoraise, qui est un de piliers de l'organisation sociale mahoraise. Dans la tradition comorienne, le lien entre hospitalité et étrangeté est tellement fort qu'il se répercute au niveau du vocabulaire existant. Ceci se cristallise autour d'un terme central qui est celui de *m'djeni*. Le *m'djeni* peut être traduit à la fois comme l'Autre, l'invité et l'étranger. L'*Autre* est immédiatement accepté sous le statut de *guest*. Les Mahorais incluent sans difficulté les *Mzoungous* à leurs pratiques, même celles qui sont normalement destinées exclusivement aux initiés.

Quand l'échange est conté : le rapport à soi et encore un rapport aux autres

A l'été 2008, j'accompagnais un groupe de quatre femmes lors d'un *Haroussi* (configuration classique, de type A) : Jacqueline P., sa fille Emilie P., ses amies Françoise D. et Camille S. Epouse d'un professeur de français en poste à Mayotte, Jacqueline P. tient un blog dans lequel elle narre ses aventures insulaires.

La scène à laquelle j'ai assisté se passe près de Dzaoudzi, en Petite-Terre. Les quatre *Mzoungous* retrouvent les autres femmes qui font parti des festivités chez la famille de la

mariée. Après quelques heures de préparation, un cortège de femme se met à jouer du *mbiwi* et à déambuler dans le village. Jacqueline, Emilie et leurs amies suivent le mouvement en jouant également du *mbiwi*. Elles prennent autant de photos des mariés et de l'assemblée que d'elles-mêmes dans leurs tenues traditionnelles. Le cortège arrive finalement sur la place du village et les femmes s'assoient par terre, en arc de cercle. Jacqueline demande ce que l'on semble attendre. La *bweni* (terme employé pour désigner une femme en shimaoré) qui est à côté d'elle lui explique qu'il faut patienter car une autre association va venir jouer du *mbiwi*, de concert avec les femmes. En attendant, les *bweni* assises à côté des *mzougous* discutent entre elles, se reposent, et se sustentent. Il s'agit d'un moment de socialisation, une parenthèse en dehors du rituel. Pourtant, c'est le moment que Jacqueline choisit pour demander à son amie Françoise de la prendre en photo. Le premier cliché ne lui convenant pas, Jacqueline prend alors la pose. Jambes croisées, mains ouvertes vers le ciel, yeux fermés, Jacqueline feint de partager un moment de spiritualité intense. L'image lui convient et sera dès le soir même postée sur son blog, témoignage imparable de l'expérience vécue.

Au-delà de l'anecdotique, cet instantané pousse à s'interroger sur le rapport à soi. En effet, si la littérature existante sur le tourisme semble établir que l'échange touristique est à la fois rencontre de l'Autre et rapport à soi, il faut se demander dans quelle mesure ce rapport à soi est-il exclusivement du domaine de l'individuel, du personnel. A l'image du cas de Jacqueline, mais aussi et surtout de la multiplication des textes narratifs (blogs, pages web personnelles) dans lesquels des *Mzougous* ressentent le besoin de retranscrire leurs expériences mahoraises, il apparaît que le rapport à soi passe par le regard des autres. Ces autres ne sont plus les partenaires de l'échange (ici, les locaux) mais les pairs, ceux qui constituent notre communauté d'appartenance, ceux à qui l'expérience est relatée.

Ce rapport à soi par le regard et l'attention des autres est recherché par le touriste, peut importe l'interlocuteur. Le chercheur n'échappe pas à ce besoin de reconnaissance qui peut parfois biaiser les résultats de l'enquête. Parmi les méthodes employées, je ne souhaitais pas me limiter à l'observation participante ponctuelle. Ont ainsi été réalisés des entretiens de longue durée, auprès de personnes (principalement étrangers/touristes) observées pendant une situation d'échange culturel mais aussi interviewées dans d'autres contextes, en situation post-échange. Comme le met en avant Gérard Althabe (1990 : 130) : « *la manière dont un sujet participe au jeu social étudié ne peut être comprise d'une manière satisfaisante de l'intérieur de celui-ci, à partir de l'espace de communication où l'investigation s'est déroulée. Un prolongement de l'enquête intervient dont l'essentiel n'est plus la communication, mais les*

sujets qui en sont les acteurs ». L'utilisation de l'entretien de longue durée semblait pertinente pour analyser l'échange culturel et/ou touristique dans une démarche proche de ce que Mauss appelait 'phénomène social total'. Dans cette perspective, Jacqueline P. a été interviewée à nouveau à Mayotte, en août 2010. Toutefois, lorsqu'il lui a été demandé de revenir sur l'expérience vécue deux années auparavant, l'enquêtée se muait en quelque sorte en enquêtrice. Elle ne relatait plus les faits comme elle les avait spontanément ressentis. Elle cherchait à interpréter la manière selon laquelle sa présence avait été appréhendée par les hôtes locaux puis tirait des conclusions générales sur la société mahoraise. Il faut dire que cet entretien a été réalisé à la fin du séjour de Jacqueline P. à Mayotte, et est donc à contextualiser dans la spécificité d'un parcours individuel.

IV. Recul réflexif : positionnement du chercheur en situation d'échange

Rapports exogènes, rapports endogènes à la culture observée

Notre identité non pas en tant que chercheur, mais en tant qu'individu, influence la manière dont nous vivons, observons et analysons l'expérience touristique et/ou interculturelle. Etonnement, il existe un véritable vide quand aux ouvrages méthodologiques et anthropologiques qui aborderaient l'identité culturelle du chercheur et son appartenance culturelle. Le positionnement personnel de chaque chercheur n'est pas neutre. Comment échapper à des regards, jugements que l'on peut qualifier d'eurocentristes lorsque l'on étudie une société « indigène » qui est éloignée de nos repères occidentaux ? A l'inverse, comment préserver un regard critique neutre quand la société étudiée est la nôtre ? Comment se situer si l'on observe une société qui est partiellement la nôtre mais dans laquelle nous n'avons pas évolué et dont les repères nous semblent étrangers ?

Ces positionnements et appartenances sont non seulement importants concernant notre manière de nous comporter en situation d'enquête, mais ils influent aussi sur notre façon d'analyser nos objets d'étude. Ils orientent aussi fortement la manière dont les observés se comportent à l'égard de l'observateur. Pour des contextes tels que ceux des *Haroussi* qui renvoient à la maîtrise de codes de conduites tacites, de pratiques rituelles et qui manient des éléments spirituels, le fait d'être considéré comme profane ou initié aura un impact différent sur les conditions de l'enquête et l'intégration de l'enquêteur.

La question de la légitimité du chercheur est au centre de cette problématique. Pour prendre un exemple concret, lorsque j'ai commencé mes premières enquêtes de terrains dans les

Haroussi, je me suis présentée comme ‘jeune chercheuse’ souhaitant observer ces pratiques culturo-religieuses. Cela s’est révélé être une mauvaise stratégie d’entrée dans la sphère étudiée. En effet, ‘étiquetée’ ainsi, je m’étais moi-même positionnée comme *outsider*, ce qui me valait d’être traitée de la même manière que les touristes présents. Le contact avec les hôtes locaux restait superficiel. Je compris alors que je devais faire appel à un autre type de répertoires de légitimité, afin d’être mieux intégrée dans les groupes (locaux) étudiés. J’ai alors décidé de me rendre principalement à des *Haroussi* ayant lieu à proximité de mon lieu de résidence, dans lequel je dispose de contacts familiaux. Dans un tel microcosme social, le choix était pertinent. Le fait de me présenter comme ‘voisine de X’ ; ‘fille de Y’ ; ou encore ‘cousine de Z’ s’est révélé être une approche judicieuse pour finalement pouvoir « *vivre dans et de la société indigène* », pour reprendre les termes de Marcel Mauss cités plus haut.

Quand l’expérience bouleverse le chercheur

Poursuivant sur cette trame conductrice dont la focale est aussi sur la place du chercheur, je souhaite revenir sur la question de la fameuse « neutralité », laquelle est parfois difficile à tenir. Mon intérêt pour le cas d’étude précis du *Haroussi*, m’a poussé à outrepasser ma mission. J’aurais certainement dû me limiter à une observation puis une analyse du phénomène. En réalité, j’ai été particulièrement touchée par ces expériences, exactement comme l’ont été les *outsiders* que j’observais.

Tout comme eux, j’ai été charmée et conquise par la beauté et la richesse culturelle de ces pratiques. En dépit de toute la littérature existante qui nous prépare, chercheurs, à adopter un détachement par rapport à notre objet d’étude, il est parfois impossible de ne pas être ému par la rencontre avec l’autre. Les protagonistes de l’échange ne sont pas seulement ceux que nous observons. Le chercheur fait aussi parti intégrante de l’expérience.

L’échange aura été pour moi un révélateur. Il m’a donné envie d’aller plus loin que la restitution et l’analyse des données. Il m’a donné envie de m’investir pour la promotion et la sauvegarde de cette pratique culturelle et rituelle. Suite à l’appel d’offre publié par la Direction générale des patrimoines du Ministère de la Culture, deux chargées de recherche ont été missionnées pour effectuer un état des lieux du patrimoine culturel immatériel de la France en 2011. Cette mission consiste à établir un panorama représentatif de ce patrimoine, conformément à la Convention pour la sauvegarde du patrimoine culturel immatériel de l’Unesco qui reconnaît *"les pratiques, représentations, expressions, connaissances et savoir-faire - ainsi que les instruments, objets, artefacts et espaces culturels qui leur sont associés -*

que les communautés, les groupes et, le cas échéant, les individus reconnaissent comme faisant partie de leur patrimoine culturel" (Art.2.2 Convention Unesco). Ce recensement a pour but de proposer une vision globale du patrimoine présent sur le territoire et d'orienter les choix du Ministère de la culture dans la mise en œuvre de sa sauvegarde. Dans ce cadre, j'ai contacté les responsables de cet inventaire en leur faisant part de l'intérêt que revêt le *Haroussi*. Forme rituelle, espace de socialisation, moment de spiritualité, le *Haroussi* se présente comme une forme culturelle complète qui mériterait d'être présentée en dehors des frontières insulaires. Il ne s'agit pas de reproduire un discours qui nous situe dans une «société de conservation» critiquée par J-L Amselle (2005 : 13) mais de permettre une connaissance d'un patrimoine culturel totalement méconnu en France (métropolitaine), alors même que Mayotte est, depuis le 31 mars 2011, un Département français à part entière.

V. Conclusion

L'échange qui a lieu dans le cadre du *Haroussi* se caractérise par une initiation des profanes aux rites locaux. L'originalité de cette recherche aura été de s'interroger sur les spécificités des échanges touristiques qui peuvent se mettre en place en dehors des circuits touristiques. Nous pouvons considérer qu'il y a échange dans la mesure où l'action de ces "intrus" ne se limite pas à une simple observation des phénomènes culturels puisque ces *Mzoungous* participent activement aux nombreux rituels qui ponctuent cet événement syncrétique unique, au croisement des traditions africaines et islamiques. Plus encore, nous avons vu que certains étrangers vont jusqu'à mettre en scène leur propre *Haroussi*.

Dans ces diverses configurations, certains locaux deviennent des "médiateurs esthétiques", donnant à voir des formes sublimées de leur identité. L'intérêt porté par les étrangers à cette forme spectaculaire a permis à ces *go-between* improvisés de prendre conscience de leur propre richesse culturelle.

On ne peut pas proprement parler d'une mise en scène de la différence puisqu'il n'y a pas de re-présentation mais une présentation inclusive caractérisée par le fait que les intermédiaires incluent les étrangers dans les pratiques sociales et culturelles locales. Les protagonistes de l'échange ressortent transformés de cette expérience. Cela ne concerne pas seulement les médiateurs locaux ou les étrangers. La place et le rôle du chercheur sont à questionner. Il est au final aux « premières loges » de cet échange.

Il ne s'agit pas de confronter l'imaginaire touristique à la réalité des pratiques *in situ* mais de façonner l'imaginaire à partir de ces expériences. La restitution, par les *Mzoungous*, de ce

type d'échanges interculturels contribue à la création d'un imaginaire de lieu.

Bibliographie

ALTHABE Gérard, « *Ethnologie du contemporain et enquête de terrain* », Terrain, n° 14, pp. 126-131, 1990.

AMSELLE Jean-Loup, *L'art de la friche. Essai sur l'art africain contemporain*, Paris, Flammarion, 2005.

CHABLOZ Nadège, « *L'étude de la rencontre touristique en 'terrains' africains. De l'enquête à sa restitution* », EspacesTemps.net, Textuel, 13.04.2010.

GOFFMAN Erving, *Interaction Ritual*, New York, Pantheon Books, 1974.

MATTELART Armand et NEVEU Erik, *Introduction aux cultural studies*, Paris, La Découverte, 2003.

MAUSS Marcel, *Manuel d'ethnographie*, Paris, Editions sociales, 1967.

PIAGET Jean, *Études sociologiques*, Genève, Droz, 1965.

PICARD Michel, *Bali. Tourisme culturel et culture touristique*, Paris, L'Harmattan, 1992.

REGNAULT Madina, « *Mise en scène des patrimoines musicaux à La Réunion et à Mayotte* », in DESROCHES Monique, PICHETTE Marie-Hélène, DAUPHIN Claude et SMITH Gordon E. (dir.), *Territoires musicaux mis en scène*, Montréal, Presses Universitaires de Montréal, 2011.

SMITH Valene, *Hosts and guests: The anthropology of tourism*, Philadelphia, University of Pennsylvania Press, 1989 [1977].

TURGEON Laurier, *Les entre-lieux de la culture*, Québec, Presses de l'Université Laval et L'Harmattan, 1998.

4.6. De l'aménagement des circuits à la réinterprétation des lieux visités Invention d'un espace-temps touristique en pays lobi burkinabè

*From arrangement of tours to reinterpretation of visited places
Invention of a tourist space-time to the lobi country of Burkina Faso.*

Bertrand ROYER

Centre de Recherches et d'Etudes Anthropologiques (CREA) de Lyon 2

Doctorant au Centre de Recherches et d'Etudes Anthropologiques (CREA) de Lyon 2, Bertrand ROYER (bertrandroyer@yahoo.fr) termine une thèse sur la mise en tourisme des patrimoines dans la région Sud-Ouest du Burkina Faso. Auteurs de plusieurs articles et communications sur le sujet, il enseigne aussi l'ethnologie comme chargé de cours dans différentes institutions (Université Lyon 2, Ecole Nationale d'Architecture de Saint Etienne, Instituts de Formation en soins infirmiers).

Résumé

En pays lobi burkinabè, mise en tourisme et patrimonialisation dessinent un schéma régional sur le mode du « à faire – à voir ». Du musée aux villages, les échanges entre protagonistes apparaissent de plus en plus formels et standardisés. Chaque situation singulière laisse pourtant entrevoir les marges de manœuvre et les expérimentations en cours. En focalisant l'analyse sur la réinterprétation des lieux visités, nous verrons comment s'invente un espace-temps de la rencontre touristique dans le contexte d'un tourisme culturel émergent.

Mots clés : Burkina Faso, ethnotourisme, patrimoine, mise en scène.

Abstract

In the lobi country of Burkina Faso, tourism and heritagisation draw up area outline with classical pattern "to see and do". From museum to the village, exchanges between protagonists are increasingly standardized. However, each case glimpse leaves flexibility and experiments in progress. By focusing the analysis on the reinterpretation of visited places, we will see how invented space-time of meeting tourism in the context of an emerging cultural tourism.

Key words : Burkina Faso, ethnic tourism, heritage, staging

I. Introduction

Au Burkina Faso, l'offre touristique est principalement événementielle avec des biennales et d'autres manifestations thématiques majeures en Afrique de l'Ouest (FESTival Panafricain du Cinéma de Ouagadougou, Semaine Nationale de la Culture, Nuits Atypiques de Koudougou, festival *Yeleen* à Bobo Dioulasso, etc.). Sur les documents promotionnels relatifs à l'organisation d'un séjour sur le territoire national, sont aussi présentés les loisirs liés au tourisme cynégétique et de vision, dans les parcs, les réserves et les grands espaces sahéliens du Nord. A l'interstice de ces deux formes différentes de tourisme - l'une privilégiant une expérience urbaine et festive, l'autre proposant la découverte de la seule nature sauvage - se développe un tourisme rural qui résiste à cette double catégorisation. Dans la région Sud-Ouest du Burkina Faso, aux alentours et dans la ville de Gaoua, les visites touristiques ne sont pas ponctuées de fêtes, de spectacles, ni de ces moments d'euphorie collective qui font la joie des festivaliers. Si aucun événement majeur ne justifie l'intérêt du voyage, il ne s'agit pas non plus de séjours contemplatifs favorisant la seule approche panoramique de vastes étendues, horizons ou milieux naturels. En proposant aux visiteurs de découvrir l'Afrique des villages, des modes de vie agricoles et des savoir-faire paysans, le tourisme rural et communautaire au Burkina Faso suppose un autre type de « regard touristique » (Urry, 1990), une organisation et des activités spécifiques.

Dans ce jeu de positionnement des destinations et des activités les unes par rapport aux autres, quels sont les images et les imaginaires mobilisés pour rendre attractive la région Sud-Ouest du Burkina Faso ? Du « dialogue des cultures » à la « rencontre des peuples », nous verrons que l'imaginaire du village africain « authentique » est au cœur du discours promotionnel. Supposés préservés des effets dévastateurs de la « surmodernité » urbaine productrice de « non-lieux » et de non-sens (Augé, 1992), certains villages du « pays lobi » sont alors présentés comme des îlots culturels, idéals pour un tourisme ethnique. En effectuant un « retour au réel » (Bensa, 2006), dans le contexte spatio-temporel des visites organisées, l'enquête ethnographique met en lumière une scénographie touristique-patrimoniaire locale, qui dessine un *tour* du « pays lobi ». Issus de logiques micro et macro sociales, ces circuits impliquent en effet une reconfiguration touristique et une sélection de lieux, reliés entre eux par un parcours. L'étude de ce schéma régional permet d'abord d'expliquer les conditions dans lesquelles se déroulent les échanges touristiques, pour ensuite réfléchir à une éthique de la rencontre, non plus des cultures ou des peuples, mais dans les termes de ceux qui y participent : les touristes, les guides et les villageois.

II. Du tourisme rural à l'ethnotourisme : le *tour du Lobi*

En zone rurale, la stratégie touristique consiste à rendre attractif, non pas tant un monument ou un lieu hautement symbolique¹¹⁷, mais l'ensemble d'un territoire grâce à la reconnaissance (Amirou, 2005), puis à la mise en valeur des particularismes culturels de ses habitants. Pour l'actuel ministre burkinabè de la culture et du tourisme « dans un pays où quatre-vingt pour cent de la population vit à la campagne [...] l'option politique nationale pour le tourisme c'est d'abord un tourisme culturel qui puisse permettre de découvrir les us et coutumes du Burkina »¹¹⁸. Dans cette perspective, le phénomène touristique et patrimonial se décentralise. Il quitte les grandes villes et s'étend dans les provinces et les sous-régions, aux confins, de part et d'autre et même au-delà des frontières entre Etats. Pour leurs destinations de vacances, les touristes et les agences de voyages ciblent de moins en moins un territoire national dans son entier, mais plutôt une ou plusieurs régions singulières. Lors de leurs séjours en Afrique de l'Ouest, les touristes ne visitent pas le Mali, le Burkina Faso, le Ghana, etc., mais plutôt le « pays dogon », le « pays touarègue », le « pays sénoufo », le « pays ashanti », etc. Sans parler d'une réelle compétition ou d'un classement de ces « terroirs », en fonction de leur excellence en tant que destination, les touristes et les agences de voyage sont davantage intéressés par « une entité reconnue par sa marque, par son image » (Bédard, 2011).

Imaginaires de la rencontre et du village africain

Située aux frontières du Ghana et de la Côte d'Ivoire, la région Sud-Ouest du Burkina Faso est peu urbanisée et peuplée majoritairement par des populations vivant d'une agriculture vivrière (mil, sorgho, ignames...). Les différentes minorités culturelles considérées comme « autochtones »¹¹⁹ sont regroupées, depuis la colonisation et les premières enquêtes ethnographiques, sous une appellation aux forts accents « mythopoïétiques » (Ciarcia, 2002) : les « peuples du rameau lobi » (Labouret, 1931). Perçu comme une destination « authentique », le « pays lobi » est, selon le ministre de la culture, très propice pour

¹¹⁷ Sur le classement d'un site de la région au Patrimoine Mondial de l'Unesco, cf. Royer (2011).

¹¹⁸ Entretien réalisé le 29 décembre 2009 à Ouagadougou.

¹¹⁹ Le « pays lobi » comprend plusieurs groupes socio-linguistiques dont les Lobi proprement dit, les Birifor, les Dagara, les Djan, les Tuni, les Pougouli et les Gan. Pour un travail de synthèse sur ces sociétés situées de part et d'autre des frontières entre le Burkina Faso, la Côte d'Ivoire et le Ghana, cf. Fiéloux et al (1993).

un tourisme qui favorise « la rencontre entre les peuples ».

Cet argument de « la rencontre », lorsqu'il concerne « les peuples » dans leur entier, suppose une nette distinction entre visiteurs et visités et donc, des modalités de médiation que l'on ne retrouve pas de la même manière en contexte urbain. A l'extérieur des villes, le tourisme devient en Afrique un « ethno-tourisme » nourri et façonné par les imaginaires exotiques d'un ailleurs culturel. Les auteurs du guide de voyage *Le petit Futé* considèrent par exemple que « la visite des villages Lobi offre l'une des plus fascinantes expériences "ethniques" du Burkina Faso. [...] La rencontre est souvent authentique et touchante [...] » (Auzias et Labourdette, 2011, p. 255). Une rhétorique touristique de l'altérité entretient l'idée qu'il existe des univers socio-culturels radicalement différents, dont la découverte peut s'appréhender comme un loisir. Le contenu des visites est alors orienté vers les aspects supposés les plus traditionnels de la ou des sociétés locales et le « village africain » devient le modèle de référence en terme de contenant. Comme pour le tourisme rural en France et en Europe, les communautés villageoises se transforment en « objet de désir » (Rautenberg et al, 2000 & Laferté et Renahy, 2003) et les campagnes africaines en échelle de référence d'un nouveau tourisme ethnique. Renforcé par le fait qu'aucun d'entre eux ne soit devenu une destination à part entière, les « villages lobi » du sud-ouest burkinabè constituent à bien des égards dans les discours promotionnels, les archétypes d'une Afrique primitive (Amselle, 2010), encore à l'état vierge sur le plan culturel. La vitalité des croyances animistes, l'esprit de résistance et l'indépendance des peuples du Sud-Ouest sont transformés en argument marketing et présentés comme garants d'une rencontre interculturelle authentique. La promotion touristique de l'Afrique rurale réifie l'idée du village africain comme « entité atemporelle dont l'existence n'est pas affectée par l'histoire » (Amselle 2010, p.99). Ces représentations entretiennent l'idée de lieux enclavés et protégés, où le visiteur pourrait s'adonner à une « rêverie exotique » (Jolly, 2007), non plus radiophonique, muséale¹²⁰ ou virtuelle (Cros et Mégret, 2011) mais rendue accessible par le voyage organisé. Pour l'industrie touristique, la notion de « village » fournit les repères géographiques nécessaires à toute localisation, mais aussi les repères cognitifs et sociologiques permettant d'ancrer les visites dans la réalité des

¹²⁰ Comme les images et les discours promotionnels qui circulent sur le Net (Royer, 2011), les anciens objets rituels exposés dans les musées d'art primitif, véhiculent et entretiennent « l'illusion » (Price, 2007) d'une authenticité primordiale. Exposées comme une « invitation au voyage », les quelques statuettes lobi présentées au musée du Quai Branly alimentent à leur manière les fantasmes touristiques d'un « "pays lobi" imaginaire » (Kambou-Ferrand, 1993, p.542). Le visiteur n'a d'informations ni sur Gbakpoulona, le village où furent collectés en 2003 les objets présentés, ni sur Thiohépté Palé, l'ancien propriétaire décédé en 2002. Installées dans un des recoins du musée consacré à la divination en Afrique, ces objets sont perçus comme immuables et hors du temps.

lieux traversés. Concernant la mise en tourisme du milieu rural, cette notion correspond à l'enveloppe charnelle et matérielle qui donne corps aux discours promotionnels.

Dans le champ globalisé et concurrentiel du voyage organisé, le village sous-entend un imaginaire partagé à la fois par les touristes, les concepteurs et les agences de voyages. En revanche, pour les villageois concernés, s'il existe bien une aire villageoise, sa visite, qu'elle soit touristique ou d'une autre nature, est une entreprise laborieuse, voir impensable. En « pays lobi », la notion de *Di* (traduit par le terme de village) « ne repose pas sur un critère topographique, comme en Europe [...] Il n'y a pas de place centrale ou de maison commune » (Meyer, 1981, p.19). Les habitations sont espacées les unes des autres et fonctionnent de manière plus ou moins autonome, « il n'est pas possible pour un étranger, qu'il soit lobi ou européen, de voir où finit un village et où commence le suivant. » (Meyer, *ibid*). Pourtant, lorsque les visiteurs se rendent dans la famille de Dihounté Palenfo, dans le discours de chacun des protagonistes, les touristes visitent non pas la cour d'un artisan parmi d'autres mais Tambili, le village des sculpteurs. Puis, continuant leur parcours, les groupes s'arrêteront successivement dans plusieurs lieux singuliers devenus pour les besoins de la mise en scène touristique le village des vannières, le village des potières, le village du devin¹²¹. Comme le font remarquer justement Anne Doquet et Olivier Evrard, « le tourisme induit bien de nouveaux discours sur les lieux et repose effectivement sur une valorisation du particulier qui devient sa propre justification [...] » (Doquet et Evrard, 2008, p.12).

De la sélection à la valorisation des lieux : les circuits touristiques

Comme nous allons le voir, il y a bien une « recreation des lieux » (Franklin, 2008 cité in Doquet et Evrard, 2008, p.11) par et pour le visiteur, mais l'apparition de ces quelques demeures familiales sur la scène du tourisme international ne s'est pas faite *ex-nihilo*. Leur renommée et la légitimité des prestations touristiques qui y sont présentées relèvent d'un processus historique de sélection et de patrimonialisation des éléments considérés comme les plus significatifs de l'identité locale.

Sans m'attarder ici sur les dynamiques externes et internes qui président à l'invention des patrimoines du Lobi (Royer, 2012), mon objectif est d'interroger non pas tant le contenu et les

¹²¹ D'autres parcours sont disponibles et d'autres lieux sont touristiquement réinterprétés, mais dans le cadre de cet article j'étudie de façon non exhaustive un des circuits classiques, emprunté par la plupart des touristes.

valeurs plurielles de ce qui est mis en scène, mais la mise en scène elle-même. A l'échelle régionale, cette mise en scène façonne un « décor spatial » qui « s'apparente au théâtre » (Raffestin, 1986, p.15), et au sein duquel chaque lieu de visite devient le support d'une représentation particulière de l'altérité. La mise en intrigue des identités et des territoires suppose, en effet, pour les acteurs du tourisme, d'identifier les endroits où seront présentés les productions culturelles associées aux objets et savoir-faire traditionnels. Rendus attractifs par le jeu promotionnel, les pratiques telles que la sculpture ou la divination suscitent un intérêt touristique grandissant. Ce regard extérieur participe localement à l'émergence et à la différenciation des lieux (Gravari-Barbas et Violier, 2003, p.13), voir à leur hiérarchisation. Plus visibles que d'autres, ces lieux sont accessibles aux publics, ils sont répertoriés comme touristiques et reliés entre eux par un parcours. Du centre urbain vers les périphéries rurales, les circuits empruntés par les visiteurs dessinent ainsi un schéma régional, une scénographie touristique, sur le modèle classique du « à voir- à faire ».

Avant d'envisager le rôle des acteurs et spectateurs de cette mise en scène, l'étude des circuits sous l'angle de leurs caractéristiques spatio-temporelles permet d'expliquer les conditions dans lesquelles se déroulent les rencontres et les échanges touristiques. Dans ce dispositif régional d'accueil et d'orientation des visiteurs, la petite ville de Gaoua – principal lieu de restauration et d'hébergement dans la région – devient un petit centre touristique, à partir duquel s'organise le *tour* du « pays lobi ». Avec ses deux hôtels et son musée, Gaoua constitue en effet un point de départ ou d'arrivée pour les groupes de visiteurs qui effectuent en « pays lobi » une étape ne dépassant que rarement deux nuitées. Leurs guides programment une ou deux sorties journalières et les touristes « font » le « pays lobi » en quelques heures, avant de poursuivre leur route en direction de Banfora, vers l'est en « pays gouin », ou plus au nord dans la région de Tiébélé, en « pays kassena ». Contrairement à des formes « alternatives » du tourisme culturel et communautaire (Chabloz : 2006, pour le Burkina), en « pays lobi » les touristes sont de passage. Ils privilégient la traversée plutôt que le séjour, ce qui génère localement une gestion assez rigoureuse de l'espace-temps touristique. Celui-ci est découpé en séquences, avec des étapes et des temps d'arrêts systématiques, d'abord au musée, puis dans les localités alentours.

La plupart des circuits commencent effectivement par la visite du musée de Gaoua. Dédié « aux civilisation du Sud-Ouest », ce lieu occupe une place importante comme point d'ancrage du discours patrimonial. A l'intérieur du bâtiment où sont exposés des photos et des objets ethnographiques, l'échange touristique prend la forme d'un transfert d'informations

d'un émetteur (le guide) vers un récepteur (son public). Adoptant le modèle de la « communication télégraphique » (Winkin, 2001, p. 27), le discours des guides est explicitement didactique, parfois savant, souvent technique et historique. S'il reste opérationnel dans les salles d'exposition, il ne répond pas pleinement aux attentes des visiteurs qui aspirent à « une rencontre plus authentique ». Ce type d'échange constitue en fait une sorte d'introduction pour la visite qui se poursuit en dehors du musée, dans les « villages » situés en périphérie de Gaoua. Ces visites « hors les murs » consistent à présenter des objets et des savoir-faire (artisanat, divination) qui dans le contexte local sont encore en usage, et donc fabriqués ou utilisés de manière régulière au sein des populations. Du centre vers la périphérie, du musée vers les villages, le parcours s'inspire des choses vues et entendues lors de l'exposition et le déroulement de la visite reproduit le même schéma que celui du musée¹²². Des guides-accompagnateurs originaires de la région proposent en effet aux touristes de « découvrir » une activité masculine : la sculpture ; deux activités féminines : la poterie et la vannerie ; et une activité religieuse : la divination.

Les cours familiales concernées sont des espaces vécus, transformées en « espaces légendés » et mobilisées pour une « mise en intrigue » des territoires (Urbain, 2010, p.104). Elles sont situées à quelques kilomètres de Gaoua, aux abords des principaux axes de circulation, ce qui facilite le passage des touristes et de leurs guides qui s'y rendent le plus souvent en voiture. Ces lieux n'ont aucun statut patrimonial au sens strict et juridique du terme. Il ne s'agit donc pas de « villages musées », cependant l'arrivée d'un guide et de « ses » touristes transforme instantanément les cours familiales en des sortes d'annexes du musée. Dès l'arrivée d'un groupe, les artisans présentent, sous la forme d'une exposition que l'on pourrait qualifier de temporaire, leur collection de statues, tabourets, cannes, pots, paniers, etc. Les touristes - qui rappelons-le ne sont là que pour quelques minutes - sont parfois gênés par le « dérangement » qu'ils provoquent. Des bancs ou des tabourets sont libérés à leur intention et positionnés en face des objets, eux mêmes disposés de la façon la plus attrayante possible. Les objets sont de même facture que ceux du musée, mais chez les artisans l'échange ne concerne plus des connaissances, des savoirs historiques ou ethnologiques mais des artefacts devenus marchandises. Chez les sculpteurs, les potières ou les vannières, le tourisme est assimilé à la vente des objets, à leur circulation et à la mutation de leurs statuts. Traditionnellement

¹²² L'exposition permanente repose sur un découpage en trois espaces respectivement consacrés à différents secteurs d'activités et types d'objets : une salle des femmes, une salle des hommes, une salle des cultes. Sur la question du genre au musée de Gaoua, cf. Royer (2009).

utilitaires ou destinés à servir un culte, parfois source de pouvoir et de distinction, les vanneries, les poteries ou les objets en bois sculptés sont appréhendés, en situation touristique, comme des objets artisanaux ou des objets artistiques, qui à l'issue d'une transaction marchande, deviendront des objets souvenirs.

III. Du lieu aux liens : la mise en scène touristique comme médiation

L'étude des circuits montre que les échanges visiteurs-visités se déroulent dans un espace scénique pétri d'imaginaire, et encadré par un dispositif à la fois technique et stratégique. Bien souvent, les touristes eux-mêmes sont conscients de cette mise en scène et selon leur degré de réceptivité, ils vont cautionner ou non le travail des prestataires villageois, mais aussi celui du guide-accompagnateur qui remplit le rôle de « metteur en scène » (Doquet, 2005). Les simulacres, les artifices et les faux-semblants (Baudrillard, 1985) sont au cœur de l'activité touristique de mise en valeur des identités culturelles. Le tourisme induit-il pour autant une folklorisation des traditions ou une « disneylandisation » (Brunel, 2006) des cultures ? Ces mises en scène ne relèvent-elles pas plutôt d'un travail de médiation pour que s'invente un consensus de la visite ? La métaphore théâtrale est particulièrement féconde¹²³ non seulement parce qu'elle permet d'identifier le « donner à voir », mais aussi et surtout parce qu'elle suppose de s'intéresser à ce qui se joue en coulisse, dans le hors-champ des visites organisées.

De l'objet rituel à l'objet marchandise : les nouveaux usages de la sculpture

Les villages d'artisans engagés dans l'activité touristique sont en fait de petites cours familiales, dont les membres apparaissent en quelque sorte « préparés » pour adopter un certain type de comportement lors des visites. En amont et en aval de la rencontre touristique proprement dite, les prestataires villageois, les guides, mais aussi les concepteurs de voyages coopèrent entre eux et envisagent les lieux en fonction de certains objectifs.

A Tambili, même si la cour du sculpteur Dihounté Palenfo est devenue au fil des années un lieu de passage quasiment incontournable pour toutes les catégories de visiteurs, l'échange d'objets se substitue bien souvent à l'échange de paroles. Dihounté et ses trois fils ne communiquent que rarement avec les touristes, ils se contentent de fixer les prix de leur

¹²³ A propos des sociétés Dogon et Malinké du Mali, Anne Doquet coordonne un projet de l'IRD (Institut de Recherche pour le Développement) intitulé : « La mise en scène d'une Afrique Authentique ».

production respective. Face aux touristes, une fois que les femmes et les enfants ont exposé les objets à vendre, l'engagement des sculpteurs dans l'échange ou leur « performance interactionnelle » (Goffman, 1973, p.41) semblent limités. Le plus souvent, lors du cérémonial de la visite, ils continuent leur travail pendant que le guide assure les commentaires et les marchandages autour des objets et des prises de vue photographiques. Malgré une certaine nonchalance et une absence de relation directe avec les touristes, ces artisans sont pourtant ceux qui dans la région vendent le plus d'objets aux visiteurs, devenus des clients. Qu'est-ce que la cour de Dihounté Palenfo a de spéciale ? Ce succès touristique semble non seulement lié à l'originalité des œuvres qui y sont produites, mais aussi à l'histoire de vie de Dihounté et aux conditions dans lesquels lui ont été transmis ses savoirs et savoir-faire.

Dans la famille de Dihounté Palenfo, les hommes initiés à la sculpture (Bognolo, 1997 et Bosc, 1999) produisent tout au long de l'année des objets en bois destinés à différents usages. Les artefacts proposés aux touristes côtoient - selon des règles précises élaborées avec soin - ceux confectionnés pour servir un culte. Même lorsqu'il fabrique des objets touristiques profanes, l'activité du sculpteur reste une activité religieuse qui lui impose des contraintes rituelles, notamment pour qu'il puisse vendre ou échanger ses objets en toute sécurité, c'est-à-dire en accord avec ses *thila*, ses esprits tutélaires. Les *thila* du sculpteur, eux mêmes matérialisés sous différentes formes et disposés selon des codes précis, dictent un certain nombre d'interdits qui peuvent varier d'un sculpteur à un autre. Pour les artisans, cet aspect n'est en rien secondaire et il explique en partie que malgré le nombre important de sculpteurs dans la région, très peu sont directement et ouvertement engagés dans un échange marchand et régulier avec les touristes.

Chez Dihounté Palenfo, si dans le cadre des visites organisées la vente de sculptures prend un caractère formel et consensuel, c'est parce qu'il possède le même *thil* (plur. *thila*) et donc les mêmes interdits que Sikiré Kambiré, l'un des premiers sculpteurs de la région à avoir travaillé sur commande pour les administrateurs coloniaux (Labouret 1931, p.188). Ce sculpteur, dont les œuvres sont aujourd'hui installées non seulement chez des devins-guérisseurs mais aussi dans les collections privées et publiques du monde entier, a formé Dihounté Palenfo et lui a transmis à l'issue des trois étapes majeures de l'initiation la recette du *thèl-thii* - le médicament qui protège les sculpteurs. « Le fétiche que j'ai aujourd'hui, il provient de Sikiré. [...] Ce fétiche a autorisé le travail avec les blancs. C'est pour ça que je continue sur la même lancée et que je vends aux touristes ». Dihounté Palenfo et ceux dont il a assuré l'initiation

(Wolomité Sié Palenfo, Takité Kambou...) œuvrent dans la continuité de Sikiré Kambiré. Par leur pratique quotidienne et leur travail avec les touristes, ils entretiennent d'une certaine manière la mémoire de celui qui fut un précurseur dans l'échange avec les étrangers et les collectionneurs européens.

En considérant brièvement les temporalités et les héritages propres à la trajectoire d'un sculpteur et de sa famille, on comprend mieux pourquoi la cour de Dihounté Palenfo est un lieu ouvert à la visite. Les lieux sont cependant configurés de telle sorte que l'échange visiteurs-visités se résume à l'achat d'objets. Les touristes n'ont pas accès aux autels sacrificiels situés à l'extérieur et à l'intérieur de la maison. Lors de leur passage, ils n'apprennent rien sur les activités religieuses de Dihounté. Le consensus de la visite s'arrête à la vente d'objets et l'échange est particulièrement restreint en ce qui concerne les croyances et les pratiques qui président à la fabrication, à l'échange ou à l'utilisation rituelle des objets en bois sculptés. Dans ces conditions, alors que la demande touristique est de plus en plus orientée vers l'échange immatériel de croyances et de valeurs, et de moins en moins vers l'achat d'artefacts touristiques désacralisés, d'autres expériences sont mises en œuvre, dans d'autres lieux, plus propices et aménagés pour ce genre d'échange.

Rencontres touristiques et échanges immatériels

Dans leur quête d'authenticité et de « conversion à l'africanité » (Chabloz, 2009), les touristes sont souvent critiques vis-à-vis de cette mise en scène et de ce jeu de marchandage autour de prestations, lieux ou objets, souvent perçus comme inauthentiques. Pour bon nombre d'entre eux, surtout s'il s'agit de touristes occidentaux, l'intérêt de ce circuit se situe ailleurs, lors de leur ultime étape chez un devin-guérisseur. Si dans les conditions de la visite, il ne s'agit pas d'un tourisme chamanique ou initiatique (Chabloz, 2009 pour le Gabon), pour répondre à ces nouvelles demandes, certains dignitaires religieux acceptent cependant de jouer le jeu de la mise en scène touristique. Grâce à leur collaboration avec les guides et après avoir consulté leurs *thila*, ils vont donner un caractère original à leur travail en l'adaptant à la situation.

Sib Tagialté, « le féticheur de Kampti », un homme largement reconnu et consulté dans la région pour la puissance de ses « médicaments », ouvre ainsi depuis quelques années son *thildu* – la chambre des esprits - aux visiteurs, à leurs caméras et appareils photos. Cet endroit situé à l'intérieur de l'habitation est sombre et exigü, des statuettes, des pots et autres objets

hétéroclites sont couverts du sang sacrificiel avec lequel les devins « nourrissent » (Cros, 1990) les esprits. Les caractéristiques morphologiques du lieu font qu'il se prête assez mal à une visite de groupe, c'est donc de manière individuelle ou en couple que les visiteurs pénètrent dans cet espace sacralisé. Respectant en partie le rituel, les touristes se déchaussent et entrent dans la pénombre à reculons. La chambre des esprits n'est pas un endroit confortable et l'on s'y tient accroupis ou assis sur de petits tabourets. L'odeur de sang, de fiente, de renfermé, mélangée aux effluves d'alcool offert aux divinités, indisposent parfois certains touristes.

Expérience déstabilisante pour les uns, mystique ou inquiétante pour les autres, le passage de la porte du *thildu* suscite les commentaires les plus variés. Ce lieu de culte qui clôture notre *tour* du Lobi est touristiquement réinterprété, pour satisfaire l'intense désir de rencontre et d'altérité qui anime la plupart des touristes. En orientant le regard du matériel vers l'immatériel, du visible vers les croyances, cette étape du parcours rend aux yeux des participants, les savoir-faire plus vivants, attractifs, voir interactifs quand par exemple certains touristes effectuent de véritables séances de divination. Grâce à l'aménagement de sa cour et de son *thildu*, Sib Tagialté semble répondre aux objectifs de la rencontre touristique. Toutefois, sa démarche reste individuelle et marginale. Les autres lieux de culte, très nombreux dans la région, sont régis par des codes différents d'un village, d'une famille ou d'un praticien à l'autre. Chaque *thildu* possède ses propres caractéristiques et très peu sont ouverts à la visite touristique. Cette question de l'ouverture d'un lieu intimiste et sacré au tourisme relève à la fois de l'organisation des circuits à l'échelle globale, mais aussi des négociations parfois difficiles entre le devin, les guides, les touristes, les ancêtres.

IV. Conclusion

Sur le chemin du retour, les touristes posent systématiquement de nombreuses questions auxquelles, par expérience, les guides-accompagnateurs répondent souvent de façon détournée. Selon leur degré de compétence, ces derniers élaborent des stratégies narratives leur permettant d'esquiver les sujets délicats (secrets initiatiques, interdits religieux, sorcellerie...), tout en entretenant l'imaginaire touristique qui entoure le monde de l'invisible et du surnaturel. Ces échanges entre le guide et ses clients se poursuivent dans le véhicule, à l'hôtel, parfois en soirée autour d'un verre ou d'un repas. Ces temps d'échanges informels, situés en dehors du strict cadre de la visite organisée, constituent des moments privilégiés pour comprendre le sens de la mise en scène touristique. Le récit oral du guide tisse du lien entre les différentes séquences de la visite, il transcende les lieux en établissant un fil

conducteur pour l'ensemble du parcours.

L'activité du guide est pourtant ambiguë et sujette à de nombreuses critiques émanant aussi bien des populations résidentes, des spécialistes des cultures locales (responsables du patrimoine, ethnologues, érudits...) que des touristes eux-mêmes. Pour beaucoup, une fois devenus touristiques, les lieux de visite perdent leur « authenticité ». Le caractère mercantile de la rencontre est perçu comme une marchandisation des cultures, au service des seuls intérêts individuels de personnes soupçonnées de « tromper » les touristes. Mais si la mise en tourisme donne effectivement lieu à une mercantilisation des savoirs et savoir-faire, les pratiques touristiques et l'accueil des visiteurs fonctionnent aussi comme un formidable révélateur des valeurs immatérielles qui entourent le patrimoine ethnographique et vernaculaire. Au-delà des objets eux-mêmes, des matériaux, des techniques artistiques ou artisanales employées pour leur fabrication, les échanges visiteurs-visités ainsi que les interactions et interrogations réciproques accordent une place majeure aux interprétations des croyances, des coutumes, des rites, des pratiques et représentations concernant la vie sociale et religieuse des populations résidentes. Dans ce contexte, la qualité de la rencontre et son « éthique » reposent autant sur l'intensité relationnelle, le degré de réciprocité ou le sentiment d'une satisfaction mutuelle entre protagonistes, que sur la valeur propre des objets échangés.

Bibliographie

AMIROU Rachid, « *Imaginaire de la mondialisation et reconnaissance culturelle* », in AMIROU Rachid, BACHIMON Philippe, MALEZIEUX Jacques (dirs.), *Tourisme et souci de l'Autre. En hommage à Georges Cazes*, Paris, l'Harmattan, pp. 61-86, 2005.

AMSELLE Jean-Loup, *Révolutions. Essais sur les primitivismes contemporains*, Paris, Stock, 2010.

AUGE Marc, *Non-lieux. Introduction à une anthropologie de la surmodernité*, Paris, Seuil, 1992.

AUZIAS Dominique, LABOURDETTE Jean-Paul, *Le Petit Futé Burkina Faso 2010-2011*, (4^{ème} Edition), Paris, Nouvelle Edition de l'Université, 2010.

BAUDRILLARD Jean, *Simulacres et simulation*, Paris, Galilée, 1985.

BEDARD François, « *L'excellence des destinations* », Téoros, vol. 30, n° 1, [URL : <http://teoros.revues.org/1225>], 2011.

BENSA Alban, *La fin de l'exotisme. Essais d'anthropologie critique*, Toulouse, Anacharsis, 2006.

BOGNOLO Daniela, « *Djetò ! Fais attention !* », Journal des africanistes, 67/1, pp. 123-133, 1997.

BOSC Julien, « *Les sculpteurs et leurs génies. Approche ethno-esthétique de la statuaire lobi.* », l'Homme, n°151, pp.75-100, 1999.

BRUNEL Sylvie, *La planète disneylandisée. Chronique d'un tour du monde*, Auxerre, Sciences Humaines Edition, 2006.

CHABLOZ Nadège, « *Vers une éthique du tourisme ? Les tensions à l'œuvre dans l'élaboration et l'appréhension des chartes de bonne conduite par les différents acteurs* », Autrepart, pp. 45-62, 2006.

CHABLOZ Nadège, « *Corps et âmes. Conversions touristiques à l'africanité* », Cahiers d'Etudes africaines, Vol. XLIX (1-2), n° 193-194, pp. 7-26, 2009.

CHABLOZ Nadège, « *Tourisme et primitivisme. Initiations au bwiti et à l'iboga (Gabon)* », Cahiers d'Etudes africaines, Vol. XLIX (1-2), n° 193-194, pp. 391-428, 2009.

CIARCIA Gaetano, « *L'ethnofiction à l'œuvre. Prisme et images de l'entité dogon* », Ethnologie comparée, n° 5, [<http://alor.univ-montp3.fr/cerce/revue.htm>], 2002.

CROS Michèle, *Anthropologie du sang en Afrique*, Paris, l'Harmattan, 1990.

CROS Michèle et MEGRET Quentin (dirs.), *Net et Terrain. Ethnographie de la n@ture en Afrique*, Paris, Editions des Archives contemporaines, à paraître fin 2011.

DOQUET Anne, « *La mise en scène d'une Afrique authentique* », Programme de recherche en cours, Institut de Recherche pour le Développement, IRD/Mali, [<http://www.mali.ird.fr/activites/misescene%28anne%29.htm>], 2005.

DOQUET Anne et EVRARD Olivier, « *Introduction. Tourisme, mobilités et altérités contemporaines* », *Civilisation*, vol.57, n° 1-2, pp.9-22, 2008.

FIELOUX Michèle, LOMBARD Jacques et KAMBOU-FERRAND Jeanne-Marie (dirs.), *Images d'Afrique et Sciences sociales. Les pays lobi, birifor, dagara*, Paris, Karthala/Orstom, 1993.

GOFFMAN Erving, *La mise en scène de la vie quotidienne*, Paris, Editions de Minuit, 1973.

GRAVARI-BARBAS Maria et VIOLIER Philippe (dirs.), *Lieux de culture. Culture des lieux*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes, 2003.

JOLLY Eric, « *Rêveries exotiques sur les Dogon* », *l'Homme*, n°182, pp.187-241, 2007.

KAMBOU-FERRAND Jeanne-Marie, « *Être lobi, ça se mérite* », in FIELOUX Michèle et al (dirs.), *Images d'Afrique et Sciences sociales. Les pays lobi, birifor, dagara*, Paris, Karthala/Orstom, pp. 538-544, 1993.

LABOURET Henri, *Les tribus du rameau lobi*, Paris, Institut d'Ethnologie, 1931.

LAFERTE Gilles et RENAHY Nicolas, « *"Campagnes de tous nos désirs"... d'ethnologues* », *l'Homme*, n° 165, pp. 225-234, 2003.

MEYER Pite, *Kunst und Religion der Lobi*, Zürich, Museum Rietberg, 1981.

PRICE Sally, *Paris Primitive. Jacques Chirac's Museum on the Quai Branly*, Chicago-London, University of Chicago Press, 2007.

RAFFESTIN Claude, « *Nature et culture du lieu touristique* », *Méditerranée*, Vol.58, n°58, pp. 11-17, 1986.

RAUTENBERG Michel, MICOUD André, BERARD Laurence et MARCHENAY Philippe, *Campagnes de tous nos désirs*, Paris, Edition de la Maison des Sciences de l'Homme, 2000.

ROYER Bertrand, « *Les exciseuses lobi entrent au musée provincial du Poni (Burkina Faso)* » in BEHBAHANI Soraya (dir.), *Ce genre qui dérange*, Paris, Téraèdre, pp. 23-37, 2009.

ROYER Bertrand, « *Du musée ethnographique de Gaoua au site Unesco de Loropéni. La patrimonialisation dessine les territoires et morcelle les identités (Burkina Faso)* », *Géographie et Culture*, 2012 (à paraître).

ROYER Bertrand, « *Patrimoine Mondial de l'Unesco et mise en valeur des ruines de Loropéni. Du site classé aux sites en ligne* » in CROS Michèle et MEGRET Quentin (dirs.), *Net et Terrain. Ethnographie de la n@ture en Afrique*, 2011 (à paraître).

URBAIN Jean-Didier, « *Lieux, liens, légendes* », *Communications*, n° 87, pp. 99-108, 2010.

URRY John, *The Tourist Gaze : Leisure and Travel in Contemporary Society*, London, Sage, 1990.

WINKIN Yves, *Anthropologie de la communication*, Paris, Seuil, 2011.

4.7. Exploring Visitors' Experiences in Off the Beaten Track Areas in London and Berlin

A la rencontre des touristes visitant des quartiers hors des sentiers battus de Londres et Berlin

Franziska VOGT

University of Westminster

Franziska VOGT (franziska.vogt@my.westminster.ac.uk) is currently doing a PhD at the Centre for Tourism Research at the University of Westminster (UK) with the title "A Comparative Study of Visitors' Experiences in Off the Beaten Track Areas in London and Berlin" and was awarded a PhD scholarship by the university. She holds a BSc in Tourism Management and an MSc in Cultural Tourism Development from the University of Sunderland (UK). Her main research interests include urban tourism, cultural and heritage tourism, the tourist experience and the role of ICTs in tourism.

Abstract

This paper is set in an urban tourism context and aims to present a consistent methodological framework for the investigation of visitors' experiences in four off the beaten track areas in London and Berlin; looking at visitors' motivations, the experiences they gain while there; and how they find out about the areas. To explore those aspects, a multi-method approach is taken consisting of semi-structured interviews with visitors on-site and online research (use of online questionnaires and the analysis of visitors' accounts on travel forums and blogs).

Keywords : urban tourism, visitor experiences, off the beaten track areas, multi-method approach, online research

Résumé

Cet article est à placer dans un contexte de tourisme urbain et vise à présenter un cadre méthodologique dans l'analyse des expériences faites par des touristes s'étant rendus dans quatre quartiers hors des sentiers battus de Londres et Berlin. Quelles sont leurs motivations, les expériences qu'ils ont vécues et comment ont-ils entendu parler de ces quartiers? Afin d'explorer ces différents aspects, une approche basée sur des méthodes multiples a été choisie: d'un côté en effectuant de visu des entretiens semi-structurés auprès de touristes sur place, de l'autre par une recherche en ligne (utilisation de questionnaires en ligne et analyse des commentaires laissés par les touristes sur des forums de voyage et blogs).

Mots-clés : Tourisme urbain, expériences touristiques, hors des sentiers battus, approche sur des méthodes multiples, recherche en ligne

I. Introduction

This paper is set in an urban tourism context and aims to present a methodological framework for the investigation of tourists' experiences in off the beaten track locations in so-called world tourism cities (Maitland and Newman 2009). Through two case studies in both London and Berlin, the research will investigate the motivations of visitors to these areas, the experience they gain while there, and the visitors' information search and their dissemination of impressions.

Essentially, off the beaten track locations are characterised by lacking major tourist attractions and not being part of the traditional tourist centre in cities (Maitland and Newman 2004). There has been an emerging growth of research on the role of such areas within cities (e.g. Hoffmann 2003, Maitland and Newman 2004 and 2009, Novy and Huning 2009) as a growing number of tourists put them on their travel itineraries (Judd 2003), reflecting a broader trend towards the search of more individualised and distinct experiences (Hoffman 2003). However, knowledge derived from the perspective of visitors of how they experience those areas and why they visit them in the first place is still limited as is an understanding of the tourist experience in urban tourism destinations in general as argued by several authors (e.g. Edwards et al. 2008, Hayllar and Griffin 2007, Page 2002, Selby 2004).

To explore and provide a detailed insight into different aspects of the visitor experience (as stated above) from the perspective of the visitors themselves, a multi-method approach – combining both qualitative and quantitative methods – is applied. The overall approach is a comparative one, accounting for similarities and differences of visitors' experiences between the chosen case study areas and between the two cities. Consequently, a consistent methodological framework with identical methods is developed for both cities which should also allow for the transferability to similar research settings.

This paper will first provide the theoretical context for the issues at hand, discussing the tourist experience in cities, and tourists' information search and exchange with a specific focus on of “off the beaten track” areas as this is seen to be crucial for the subsequent choice of methods.

II. Context

The Tourist Experience in Cities

The tourist experience has been described as an active process involving viewing and embodied performances (Bagnall 2003), and as a complex amalgam of factors that shape the tourists' feelings and attitudes towards their visit (Page and Hall 2003). Graefe and Vaske (1987) further emphasise that the tourist experience is influenced by "individual, environmental, situational and personality-related factors as well as communication with other people" (cited in Page 1995, p. 24). Conventional conceptions that view tourism strictly as an escape from everyday life (e.g. Cohen 1979; MacCannell 1973), resulting in a traditional division between tourism and everyday life, have recently been challenged by several academics (e.g. Franklin and Crang 2001, Larsen 2008) who argue that boundaries between the two are starting to blur. This is especially important for the understanding of tourism in world cities where it proves rather difficult to identify tourism as a separate function or set of facilities (Pearce 2001, Ashworth and Page 2011) since the cities' attractions, facilities and infrastructure have been primarily developed for non-tourism purposes. Consequently, visitors find themselves in a setting where the normal routines of everyday work and commerce predominate (Hayllar et al. 2008) and activities by both residents and tourists overlap. This feature of urban tourism becomes even more evident in areas less frequented by visitors outside of cities' tourist centres, referred to here as "off the beaten track" areas.

It is further commonly accepted that place experience is subjective and depends on the individual. While early works suggest the portrayal of a homogenous tourist (Boorstin 1964, MacCannell 1973), current studies agree that different kinds of tourists seek different experiences (Cohen 1979, Ryan 2002) and that the experience of the same "product" can be qualitatively different since each visitor negotiates meanings to their experience differently depending on their social and cultural background (Prentice et al. 1998, Ryan 2002). However, in the context of urban tourism, there is little knowledge of how visitors experience cities (e.g. Edwards et al. 2008, Hayllar and Griffin 2008; Page 2002; Selby 2004) as research has mostly focused on the supply side. According to Page (2000), further research is needed on different facets of visitors' experiences and activities in cities.

Off the Beaten Track Areas

Essentially, "off the beaten track" areas— or referred to as "new tourism areas" (Maitland and Newman 2004) — are areas located outside the city centre; thus they do not form part of the traditional tourist centre and lack major tourist attractions. These characteristics provide the

theoretical framework for “off the beaten track” areas for this paper and are of crucial importance for the cities’ case study choices discussed later on.

Judd (2003, p. 31), for example, points out the emerging importance of such areas in cities and emphasises their appeal to tourists through inviting them to wander about. He argues that such areas may be attractive precisely because they have not been constructed for and do not provide for tourists. However, while research into visitors’ experiences in successful tourism precincts has been conducted (e.g. Hayllar and Griffin 2008), detailed first-hand knowledge from visitors to “off the beaten track” areas about their motivations and experiences is still limited.

Tourists’ Information Search

Tourists’ information search is viewed as part of the overall experience as Snepenger and Snepenger (1993, p. 830) state that “for many vacationers, gathering, processing, and evaluating information is an integral part of the travel experience”. Closely linked to the question of why visitors choose to come to “off the beaten track” areas is the question of how they find out about them in the first place.

Travel information can derive from various sources such as travel agents, tourist information centres, guidebooks, newspapers, recommendations from friends and family members, and internet sources. The way tourists find out about destinations, book their holidays and exchange information with fellow tourists, however, has changed dramatically over the past years with the rise of Information and Communication Technologies with a rapidly growing number of tourists retrieving their travel information online (Jang 2005, Gretzel et al. 2011, Illum et al. 2010). With regards to the use of ICTs among consumers in general, Mangold and Faulds (2009) also emphasise the importance of “social media” which “describes a variety of new sources of online information that are created, initiated, circulated and used by consumers intent on educating each other about products, brands, services, personalities and issues” (p. 357). These tools have opened up new ways for tourists to acquire travel information and to share their holiday experiences with others –through e.g. social networking websites (e.g. Twitter and Facebook), photo-sharing websites (e.g. Flickr), travel blogs and forums. Consumer to consumer online communication has developed into what Mangold and Faulds (2009) refer to as “an extension of the traditional word-of-mouth communication” (p. 359) in which a large and global audience can be reached and where the opinions of others are perceived as more trustworthy than official sources (Foux 2006).

Online desk research on “off the beaten track” areas shows that information on them is provided and shared online through various online platforms. It is thus possible that they – apart from specialist guidebooks and recommendations from friends and family – feature even more prominently in visitors’ information search and exchange on “off the beaten track” areas as they are not as widely or not at all promoted compared to well-known tourist areas of cities. Consequently, it is assumed that potential visitors will have to go beyond traditional ways of information search to find out about those areas in the first place. However, primary research on this topic is rather limited. Maitland and Newman (2004), investigating visitors’ experiences to two such areas in London, established that information sources differed between them. While the Internet and travel agents played the most prominent role in one area, recommendations from friends and family and guidebooks were the main source of information for the other.

III. Proposed Methods

To find out what motivates visitors to go to off the beaten track areas, how they experience them and to investigate ways of information search and their dissemination of experiences, this paper suggests a multi-method approach, using semi-structured interviews and online research consisting of online questionnaires and the analysis of textual user-generated content from travel blogs and travel forums. Several authors argue that the combination of methods offer addition and breadth of insight compared to using a single method approach (e.g. Davis 2003, Jamal and Hollinshead 2001, Oppermann 2000).

The overall approach is a comparative one, putting those aspects into a comparative context. Several authors have identified the need for comparative studies within urban tourism (e.g. Ashworth 1992, Page 2000, Pearce 1987). This offers the advantage of not being bound to one specific place but instead to look at two major players – London and Berlin – in a European urban tourism context, and to establish whether recurring patterns/differences exist between and within the two cities. Consequently, to allow for a consistent comparison, data collection and analysis procedures for each method will be identical for all case study areas.

Choice of City Case Studies

Both London and Berlin are capital cities and play an important role in the context of urban tourism, especially from a European perspective. According to BTM (2009) – the official tourism marketing organisation of Berlin – London is the number one city destination while Berlin currently takes up third place in the ranking of the most popular city destinations in Europe. Both cities are world cities – they are polycentric in nature, meaning that they provide

multiple urban areas with a distinctive set of “city level” functions (Champion 2001). This feature allows the development of “off the beaten track” areas in the first place and provides visitors with the opportunity to explore different aspects of the city. Consequently, both London and Berlin present valuable case studies.

Furthermore, both cities share common generic features: in terms of their geographical location and general similarities, the cities are all based in Europe; they share European history, heritage and culture; and work within EU policy frameworks and laws. This clearly presents an advantage for and facilitates a comparative study.

However, it is also important to note a number of interesting differences between the two cities. Unlike London which is the main hub for trade, finances, the cultural and creative industries in the UK, the concentration of those is more widely dispersed in Germany due to its federal system. Berlin – despite being Germany’s capital city and its seat of government – still struggles to catch up with other economic centres within Germany (Krätke 2004) such as Frankfurt or Munich. Novy and Huning (2009) for example refer to Berlin as a “city in the making” which can be particularly traced back to its history as a divided city; only having regained its capital status in 1990, the year of Germany’s reunification. With regards to the above, while London has been a well established urban tourism destination for many decades, Berlin has only become an emerging city destination since the fall of the Berlin Wall in 1989, showing a substantial growth in visitor numbers (Hall 2005) and thus having become an increasingly important sector of the city’s economy with high future growth potential (Häussermann and Colomb 2008). The development of urban tourism has been part of a broader strategy to re-invent Berlin as a post-industrial service metropolis able to attract tourists, visitors, investors, and potential residents (ibid).

Being aware of similarities and differences between chosen case studies is crucial when using a comparative approach as it can contribute to explaining research findings later on.

Choice of Case Study Areas

The choice of two case study areas for both London and Berlin follows three rationales – firstly, possible areas have to be consistent with selected criteria for “off the beaten” track areas based on previous research; secondly, the choice are based on a wide range of secondary research and thirdly, practical advantages are being considered.

The first rationale is consistent with the characteristics of off the beaten track areas found in the literature. Consequently, such areas are not located in the city centre (“off the beaten

track”), they do not form part of the traditional tourist centre (Maitland and Newman 2004), and they lack major tourist attractions (ibid).

Secondary research included a range of different sources which helped to identify a range of possible case studies:

Online through a consistent search with a determined set of keywords on:

- Search engines
- Travel forums – e.g. Lonely Planet, Trip Advisor
- UK news websites – e.g. BBC, The Guardian
- Foreign newspapers
- Official tourism marketing organisation

Guidebooks

- Mainly specialist ones – e.g. Spotted by Locals, Secret London – An unusual guide

Promotional material

- Tourist Information Centres

Informal conversations

- With people who know the cities particularly well (tour guide in London, long-term residents in Berlin)

The third rationale is concerned with practical considerations crucial for the research, looking at whether areas seem to attract enough visitors to find a feasible sample size and whether suitable locations to conduct interviews are located nearby

Based on the above rationales, case study areas for London were chosen first as the author lives in London. Furthermore, place characteristics of those case studies were considered in the choice of areas in Berlin to allow some degree of similarities in both cities as this facilitates a more consistent comparison.

Semi-Structured Interviews

The primary research instrument consists of on-site semi-structured interviews with visitors in two off the beaten track locations in each city to gain an in-depth understanding of their motivations, experiences and information search behaviour as well as their sharing of experiences.

The use of qualitative methods to better our understanding of the visitor experience has been recommended by several authors (Ryan 2000, Prentice et al. 1998). Semi-structured interviews are recommended for research interested in experiences, feelings and attitudes of

individuals (e.g. Bennett 2002, Phillimore et al. 2004), and for the development of new theoretical insights when little is known about a phenomenon at hand (Richards and Munsters 2010). They are thus used to facilitate a more detailed understanding of visitors' motivations to come to "off the beaten track" and the experiences they gain while there, and to further explore their information search behaviour and ways of sharing experiences. Interviews allow visitors to reflect on those issues and the meanings they attach to them from their own perspective, and are also more flexible than other methods – for example, new themes emerging during interviews can be taken into account immediately and be further explored.

The sample for semi-structured interviews will comprise both domestic and international visitors to the chosen areas in Berlin and London – including day visitors – as well as city residents who do not live or/and work in those areas. The decision to include city residents in the sample links with current (urban) tourism theory which is starting to see residents as a type of visitor in their own right (e.g. Ashworth and Page 2011, Judd 2003, Theobald 2005). A more practical example is the official annual London Visitor Survey published by the London Development Agency - designed to improve the understanding of the London visitor experience – with a sample criteria that does also include the cities' residents.

As first-hand accounts from visitors' to "off the beaten track" areas are at the centre of this method, convenience sampling is employed. This procedure is recommended for qualitative research (e.g. Veal 2006) and makes "use of conveniently located persons or organisations" (p. 295). Hence, potential interviewees will be approached and recruited "on-site" at various locations – e.g. on streets, at particular points of interest, cafés – within the chosen areas. It will then first be established whether they fulfil the sample criteria. Suitable participants will then be asked whether they agree to take part in an interview and the research will be briefly explained to them, also providing them with and asking them to sign a consent form. Interviews will then be conducted and recorded in conveniently located places (e.g. cafés, restaurants) and outside during warm seasons with interviewees being offered small incentives (e.g. drinks, vouchers). This means that interviews cannot be planned in advance because visitors have to be found and interviewed *in situ* in order to get their immediate impressions and feelings on the area.

A pilot study was conducted to test out the use of semi-structured interviews which took place in London from November 2010 - February 2011. Two initial interview guides for residents and non-residents were designed, being structured around a number of key topics with a list of questions to be covered relating to visitors' reasons to come to the area, visitors' activities

in the area, visitors' perceptions of the area, their source of information and ways of telling others about their experience. The design was flexible enough though to adapt the questions according to the course of the interview. The main aim of this pilot study was to test the validity of initial interview questions and to what extent they were appropriate to investigate the issues at hand, and to further try out different locations to recruit possible participants and to conduct the interviews.

Five visitors were interviewed in each London case study. In both areas it was found that visitors were most likely to agree to participate when being in a relaxed situation – e.g. sitting in a café, park etc. – as opposed to visitors in movement. Different locations were investigated in terms of their suitability for recruiting interviewees. Long queues at places of interest for example – originally thought to be suitable for recruitment – were found not to be as there was not enough time to interview them on the spot. Furthermore, the interview guide was continuously re-viewed and adapted throughout the pilot study phase. It was found that some questions were phrased in such a way that they were not clear enough for respondents and clarification was needed during the interview. Those questions were then re-phrased and tested again.

Overall, interviews lasted between 10 and 30 minutes and initial findings were found to provide detailed first-hand accounts of visitors' motivations and experiences from their very own perspective.

Online Research

In addition to semi-structured interviews, travel forums as well as social media will be used for research purposes. This approach reflects the ever-growing importance of ICTs in tourists' information search and its role in the changing patterns of information exchange between tourists (Gretzel and Fesenmayer 2009) and the assumption that some visitors to “off the beaten track” areas use online platforms such as travel forums, travel blogs and specialist travel websites to find out about those areas and share their experiences. Consequently, it is seen to be crucial for this study to employ research methods that include this form of communication and thus, the users who engage in it. Furthermore, using social networking sites and travel forums for research purposes is a fairly unexplored medium in tourism research and it is envisioned to give useful insights into possible approaches, advantages and issues when using them. Finally, online methods as discussed below will not only compliment the interview findings but they can further be seen as innovative tools for data collection that have thus far not widely be used within tourism research.

Two methods are envisioned to be used at this stage. First, an identical online questionnaire for each case study area will be designed using SurveyGizmo (an online survey tool) consisting of sections covering questions about users' experiences and motivations, and their ways of information search and sharing of experiences to further contribute to overall research findings. The questionnaire design will partly be informed by emerging themes from interview data to allow for counterchecks between the findings of both methods. Questionnaires will be distributed through social media sites (e.g. Twitter, Flickr, travel forums) and any additional online platforms identified through interviews over a four months period, only contacting users who have evidently been to the areas and who fulfill the same sample criteria as set out for interviews. To ensure the latter, only users who provide a profile with the necessary information will be contacted. Second, textual user-generated content found on travel forums and blogs that provides visitors' impressions and perceptions of the chosen areas in London and Berlin will be analysed. For this purpose, a list of travel forums will be compiled and will then be searched for relevant entries by typing in the names of the chosen case study areas. Here, only content that includes visitors' accounts of experiences, impressions and perceptions of areas will be considered for the analysis. Travel blogs will be located through blog search engines such as blogsearch.google.com and technorati.com typing in the names of the chosen case studies and keywords such as e.g. travel, experience to identify relevant blogs. In addition, both methods will also be informed by the findings from the semi-structured interviews which help to establish if ICTs play a role in visitors' information search and their sharing of experiences and if so, which types they mainly use. This will then be used as a starting point for the distribution of the online questionnaire and the analysis of textual user-generated content.

Several limitations though have to be taken into account here. First of all, the sample differs from those of interviews in so far that it will evidently include visitors who make use of the chosen online platforms (which in regards to interviewees will not always be the case). Secondly, as opposed to interview data which is collected in situ, online methods will capture data at the post-experience stage which has to be taken into account for the data analysis.

IV. Conclusion

This proposed combination of methods, consisting of semi-structured interviews and online research, will allow for a better understanding of why visitors choose to visit off the beaten track areas and how they experience those areas, and will contribute to identifying visitors' information sources as well as ways of sharing their experiences. In addition to semi-structured interviews that enable the collection of rich accounts from the visitors' perspective, the proposed online research not only takes into account the role of ICTs by including the people who use them but also offers the advantage of reaching a wider (global) range of visitors who have previously been to the areas. Taking a comparative approach further facilitates the identification of emerging similarities and differences across research findings between two major world tourism cities.

Bibliography

- ASHWORTH, G. and PAGE, S. J. 2011. *Urban tourism research: recent progress and current paradoxes*. *Tourism Management* 32(1), pp. 1-15.
- BAGNALL, G. 2003. *Performance and Performativity at Heritage Sites*. *Museum and Society* 1(2), pp. 87-103.
- BENNETT, K. 2002. *Interviews and focus groups*. In Shurmer-Smith, P. (ed.) *Doing cultural geography*. London: SAGE.
- BOORSTIN, D. 1964. *The Image: A Guide to Pseudo-Events in America*. New York: Harper.
- BTM. 2009. *Presse Information : Destination Berlin*. Available from: http://www.btm.de/deutsch/presse/download-basistexte/d_pr_thementexte_Destination%2009.pdf (last accessed on 12 November 2009).
- CHAMPION, A. G. 2001. *A changing demographic regime and evolving polycentric urban regions – consequences for the size, composition and distribution of city populations*. *Urban Studies* 38, pp. 657-677.
- COHEN, E. 1979. *A Phenomenology of Tourist Experiences*. *Sociology* 13(2), pp. 179-201.
- DAVIS, B. 2003. *The role of quantitative and qualitative research in industrial studies of tourism*. *International Journal of Tourism Research* 5, pp. 97-111.
- EDWARDS, D., GRIFFIN, T. and HAYLLAR, B. 2008. *Urban tourism research: developing an agenda*. *Annals of Tourism Research* 35(4).
- FOUX, G. (2006, May 8). *Consumer-generated media: Get your customers involved*. *Brand Strategy*, pp. 38-39.
- FRANKLIN, A. and CRANG, M.A. 2001. *The trouble with tourism and travel theory?* *Tourist Studies* 1(5), pp. 5-22.
- GRAEFE, A.R. and VASKE, J.J. 1987. *A Framework for Managing Quality in the Tourist Experience*. *Annals of Tourism Research* 13, pp. 390-404.
- GRETZEL, U., FESENMAIER, D.R., Lee, J. Y., TUSSYADIAH, I. (2011). *Narrating travel experiences: the role of new media*. In SHARPLEY, R. and STONE. P.R. *Tourist experience: contemporary perspectives*, pp. 171-183. London: ROUTLEDGE.
- HÄUSSERMANN, H. and COLOMB, C. 2008. *The New Berlin: Marketing the City of Dreams*. In HOFFMAN, L. FAINSTEIN, S.S. and JUDD, D.R. (eds.) *Cities and Visitors: Regulating People, Markets, and City Space*. Oxford and Cambridge: Blackwell. HAYLLAR, B. and GRIFFIN, T. 2005. *The Precinct Experience: A Phenomenological Approach*. *Tourism Management* 26, pp. 517-528.
- HAYLLAR, B. and GRIFFIN, T. 2008. *A Tale of Two Precincts*. In Tribe, J. and Airey, D. (eds.) *Developments in Tourism Research*. Oxford: Elsevier, pp. 155-171.

- HOFFMAN, L. 2003. *Revalorizing the Inner City: Tourism and Regeneration in Harlem*. In HOFFMAN, L., FAINSTEIN, S. and JUDD, D. *Cities and Visitors: Regulating People, Markets and city space*. Oxford and Cambridge: Blackwell.
- ILLUM, S.F., IVANOV, S.H. and LIANG, Y. 2010. *Using virtual communities in tourism research*. *Tourism Management* 31(3), pp. 335-340.
- JAMAL, T.B. and HOLLINSHEAD, K. 2001. *Tourism and the forbidden zone: the underserved power of qualitative inquiry*. *Tourism Management* 22, pp. 63-82.
- JANG, S. 2005. *The past, present and future research of online information research*. *Journal of Travel & Tourism Marketing* 17(2), pp. 41-47.
- JUDD, D. 2003. *Visitors and the Spatial Ecology of the City*. In HOFFMAN, L., FAINSTEIN, S. and JUDD, D. *Cities and Visitors: Regulating People, Markets and city space*. Blackwell: Oxford and Cambridge.
- KRÄTKE, S. 2004. *City of talents? Berlin's regional economy, socio-spatial fabric and 'worst practice' urban governance*. *International Journal of Urban and Regional Research* 28, pp. 511-529.
- LARSEN, J. (2008). *De-exoticizing Tourist Travel: Everyday Life and Sociality on the Move*. *Leisure Studies* 27(1), pp. 21 - 34.
- MacCANNELL, D. 1973. *Stage Authenticity: Arrangements of Social Space in Tourist Settings*. *American Sociological Review* 79, pp. 589-603.
- MAITLAND, R. and NEWMAN, P. 2004. *Developing Metropolitan Tourism on the Fringe of Central London*. *International Journal of Tourism Research* 6, pp. 339-348.
- MAITLAND, R. and NEWMAN, P. (eds.). 2009. *World tourism cities: developing tourism off the beaten track*. London: Routledge.
- MANGOLD, W.G. and FAULDS, D.J. 2009. *Social media: the new hybrid element of the promotion mix*. *Business Horizons* 52, pp. 357-365.
- NOVY, J. and HUNING, S. 2009. *New Tourism (Areas) in the New Berlin*. In MAITLAND, R. and NEWMAN, P. (eds.) *World Tourism Cities: Developing Tourism Off the Beaten Track*. London: Routledge.
- OPPERMANN, M. 2000, *Triangulation — a methodological discussion*. *International Journal of Tourism Research* 2, pp. 141-145.
- PAGE, S. 1995. *Urban Tourism*. London: Routledge.
- PAGE, S. 2000. *Urban Tourism - An Introduction*. In RYAN, C. and PAGE, S. (eds.). *Tourism Management - Towards the New Millenium*. Oxford, UK: Elsevier Science, pp. 133-137.
- PAGE, S. 2002. *Urban Tourism: Evaluating tourists' experience of urban places*. In RYAN, C. (ed.). *The Tourist Experience*. London, New York: Continuum, pp. 112-137.

- PAGE, S. And HALL, M.C. 2003. *Managing Urban Tourism*. Harlow: Prentice Hall.
- PEARCE, D., 1987. *Tourism Today: A Geographical Analysis*. Essex: Longman.
- PEARCE, D.G. 2001. *An integrative framework for urban tourism research*. *Annals of Tourism Research* 28(4), pp. 926-946.
- PHILLIMORE, J. and GOODSON, L. (eds.) 2004. *Qualitative research in tourism: ontologies, epistemologies and methodologies*. London: Routledge.
- PHILIP, L.J. 1998. *Combining quantitative and qualitative approaches to social research in human geography—an impossible mixture?* *Environment and Planning A* 30(2), pp.261 – 276.
- PRENTICE, R.C., WITT, S.F. and HAMER, C. 1998. *Tourism as experience: The case of heritage parks*. *Annals of Tourism Research* 25(1), pp. 1-24.
- RICHARDS, G. and MUNSTERS, W. 2010. *Cultural tourism research methods*. Wallingford: CABI.
- RYAN, C. 2002. *The tourist experience* (2nd ed.). London: Continuum.
- SELBY, M. 2004. *Consuming the City: Conceptualizing and Researching Urban Tourist Knowledge*. *Tourism Geographies* 6(2), pp. 186-207.
- SNEPENGER, D. and SNEPENGER, M., 1993. *Information search by pleasure travelers*. In: KAHN, M.A., OLSEN, M.D. and VAR, T. (eds.). *Encyclopedia of hospitality and tourism*. New York: Van Nostrand Reinhold, pp. 830–835.
- THEOBALD, W.F. 2005. *Global Tourism* (3rd ed). Amsterdam; London: Elsevier Butterworth-Heinemann.
- VEAL, A.J. 2006. *Research methods for leisure and tourism – a practical guide*. Harlow: Financial Times Prentice Hall.

4.8. Route et circuits touristiques au Québec : de la poétique du déplacement à la rencontre des patrimoines

Sabrina ALAIS

Université de Laval

Sabrina ALAIS (sabrina.alais.1@ulaval.ca) est titulaire d'une Maîtrise en Histoire de l'art de l'Université Panthéon-Sorbonne et d'un D.E.S.S. Muséologie de l'Université Laval, au cours duquel elle élaborait un concept d'exposition relatif à la route comme source d'inspiration dans l'art québécois. Souhaitant aborder la question sous un angle neuf, elle inscrit ses recherches dans le cadre d'un Doctorat Ethnologie & Patrimoine. Les directeurs de recherche sont Monsieur Habib Saidi, directeur des programmes en Ethnologie (1^{er}, 2^e et 3^e cycles) et Monsieur Laurier Turgeon, titulaire d'une Chaire de recherche en patrimoine.

Résumé

« Route et circuits touristiques : de la poétique du déplacement à la rencontre des patrimoines » s'intéresse à l'artefact Route menant aux sites patrimoniaux dans la province du Québec, en tant qu'objet de visite et destination touristique. Le pouvoir attractif de la route émane du mythe façonné en Amérique du Nord, grâce notamment à la Beat Generation dont l'une des oeuvres les plus représentatives fut le roman « Sur la route » de Jack Kerouac publié en 1957. Cette ode aux grands espaces est un appel à l'aventure et à la découverte de mondes nouveaux. Mythe culturel, héritage d'une partie d'Histoire et espace de représentation, la route trace des itinéraires qui ramènent le voyageur en d'autres temps et d'autres lieux. En la parcourant, il se l'approprie. Elle devient ainsi un instrument de démarche identitaire puisqu'elle offre à chacun la possibilité de partir à la redécouverte de soi et à la rencontre de l'Autre dans sa propre culture comme dans une culture inconnue.

Mots clés : Route, voyageur, touriste, endotisme, liquidité

Abstract

"Road and tours : the poetic of travelling to the meet of heritages " interests in the artefact road leading to heritage sites in the province of Quebec, as an object of visit and tourist destination. The attractive power of the road comes from the myth fashioned in North America, notably thanks to the Beat Generation, one of whose most representative works was the novel "On the Road" by Jack Kerouac published in 1957. This ode to the great outdoors is a call to adventure and discover new worlds. Cultural myth, legacy of a part of history and performance space, the road trace routes which bring the traveler in other times and other places. Travelling the road is a way to appropriate it. It becomes an instrument of identity approach as it offers everyone the opportunity to go to the rediscovery of self and to encounter the Other in his own culture as a culture unknown.

Keywords : Road, traveller, tourist, endotism, liquidity

I. Introduction

Le sujet de recherche s'inscrit dans les Sciences Humaines et Sociales relatives aux études sur le Tourisme et à la culture matérielle. Il concerne la Route sous ses différentes formes d'expression et les appropriations multiples qui s'y attachent. Elle est observée en tant qu'espace de mobilité, support matériel du déplacement, médium de communication et de voyage, mais aussi comme moyen de découverte de soi et de l'Autre. L'étude présentée ici démontrera que la route est un objet symbolique lorsqu'elle devient l'instrument d'une expérience touristique. L'originalité de ma réflexion se base sur les représentations que les touristes se font de la route, lesquelles conditionnent la découverte des patrimoines du Québec, allant jusqu'à re-qualifier le ou les statuts qu'ils peuvent endosser selon les différentes temporalités qui habitent le voyage. Il en découle cette idée d'un tourisme comme expérience de vie à partager autour d'un patrimoine visité et au détour de la route qui les y a mené. Chaque année au Québec, plusieurs centaines de visiteurs empruntent la route afin de se rendre à des pôles d'attraction patrimoniale, valorisés par des circuits touristiques. La route est alors un moyen d'y accéder. Par ailleurs dans certains cas, elle est perçue comme la raison du voyage. Pour cette seconde catégorie de visiteurs, ceux qui hit the road, qui partent sur la route comme on part en pèlerinage à l'occasion d'un voyage initiatique, ce qui importe est bien d'expérimenter le chemin plutôt que la destination (Bauman, 2003, p.39). La route devient une fin en soi, grâce à laquelle le patrimoine est découvert subséquemment.

La thématique de la route renvoie directement à des paramètres de l'ordre du voyage, de l'identitaire, de l'imaginaire et de la représentation. Toutes ces dimensions sont étudiées et mises en valeur dans le numéro Qu'est-ce qu'une route ? des Cahiers de Médiologie dirigés par Régis Debray. Ce collectif d'articles (Debray, 1996) dont les auteurs œuvrent dans différents champs d'études des Sciences Humaines traite de la route sous toutes ses formes : de sa plus simple expression soit une trace tangible inscrite matériellement dans le sol, à sa plus formidable symbolique soit un réservoir de métaphores et une mise en ordre rhizomique du monde. L'originalité des propositions théoriques que suscite cette thématique, la richesse et l'étendue des définitions qui s'y rattachent, constituent une véritable encyclopédie de la route (tour à tour mythe, héritage beatnik, sujet d'études littéraires, cinématographiques ou artistiques, tracé du marcheur, réseaux, etc.) dans laquelle chaque auteur tente de percer la fascination que ce médium de communication exerce sur nous. Les représentations modernes que chacun de nous se fait de la route sont un héritage d'un pan de la culture nord-américaine tel que les apports littéraires de la Beat Generation, mouvement influencé en grande partie par des écrivains, eux-même séduits par la figure du Hobo¹²⁴ au point pour certains,

¹²⁴ Le terme hobo (dont l'étymologie demeure incertaine) fait référence au nomade qui vivait aux États-Unis dans la seconde partie du XIX^e siècle. Il travaillait l'été à l'Ouest et regagnait les grandes villes en saison hivernale. Durant la

d'embrasser ce mode de vie parallèle. Instrument d'évasion et de liberté, la route nourrit l'imaginaire. Infinie, elle incite au voyage, initie des interactions entre les individus et soi-même. En fait, elle permet une mouvance protéiforme perpétuelle et est l'espace que tente de modifier et d'approprier l'imagination. Elle est un espace créé pour répondre à des besoins fonctionnels et dans lequel l'humain place du subjectif, du sensible, des référents culturels et affectifs ou encore des symboles. Elle est une représentation conceptualisée qui devient un espace habité par la perception humaine donc elle est multi-dimensionnelle. Mythe culturel, héritage d'une partie d'Histoire, se faisant écho de mémoires et espace de représentation, la route trace des itinéraires qui ramènent celui qui l'emprunte en d'autres temps et d'autres lieux. En la parcourant, le voyageur se l'approprie. Elle devient alors un instrument de démarche identitaire puisqu'elle offre à chacun la possibilité de partir à la redécouverte de soi et à la rencontre de l'Autre dans sa propre culture comme dans une culture inconnue.

La thèse devrait s'articuler principalement autour de deux pôles de réflexion. Le premier consistera à étudier la route comme instrument d'une expérience touristique et support d'une démarche identitaire au cours de laquelle le voyageur se voit endosser différents statuts (touriste, visiteur, aventurier, routard ou néo-nomade) dépendamment des temporalités du voyage. Néanmoins, au-delà des définitions officielles et institutionnalisées, il est important de préciser que du point de vue des études culturelles et sociales, le voyageur est un contre-touriste et incarne surtout un retour au touriste premier (celui du Grand Tour). Effectivement, les recherches relatives au Tourisme et à la condition du touriste tendent à offrir une vision quelque peu idéalisée du problème en se basant sur la dualité (mauvais) touriste et (bon) voyageur. L'objet de la thèse sera d'aller au-delà de cette dichotomie et de réaliser une phénoménologie des expériences touristiques de la route (québécoise) en me basant sur les résultats de mon enquête de terrain à venir. Puis, en prenant appui sur le concept de modernité liquide de Zygmunt Bauman, je serai en mesure d'apporter des éléments de réponse à cette épineuse question posée par Scott McCabe : *Who is a tourist ?* (McCabe, 2005).

Le second pôle de réflexion réfère à la route observée dans sa dimension immatérielle en qualité d'objet symbolique, vecteur d'un tourisme de la découverte de soi et de l'autre oscillant entre exotisme et endotisme. Si l'exotisme concerne l'exploration de l'Autre et de l'Ailleurs dans le

Grande Dépression, celui-ci devint un travailleur itinérant qui vivait de travaux manuels saisonniers et d'expédients, se déplaçait de ville en ville en voyageant par la route ou en montant clandestinement à bord de trains de marchandises. Il est le résultat des changements profonds qui bouleversèrent la société américaine du début du XX^e siècle (industrialisation, urbanisation) et tente de fuir la misère provoquée par la crise des années 1920. Liée à la réalité historique des États-Unis, cette figure du nomade travailleur disparaît vers les années 1920. Deux études utilisant la méthode de l'observation participante firent rayonner la figure du hobo au-delà des frontières du continent : Le Hobo : sociologie du sans-abri du sociologue américain Nels Anderson paru à la fin des années 1920 et Good Company : A Tramp Life de Douglas Harper publié en 1982.

Lointain, l'endotisme est la découverte de Soi comme un autre donc de sa propre altérité dans l'Ici. On dira que l'exotisme concerne l'altérité extérieure tandis que l'endotisme relève de l'altérité intérieure. Voyager sur la route crée une tension vers l'Ailleurs et esquisse une parenthèse dans l'Ici. « Le voyage introduit une distance entre soi et soi : entre soi ici et soi là-bas. » (Urbain, 1991, p.256) De plus, voyager ne se résume pas à un déplacement dans l'espace mais se rapporte aussi à un déplacement hors de soi (Ibid. p, 249). En effet lorsque le touriste voyage, il plonge dans différents types de pays, d'environnements, de milieux culturels, de patrimoines et rencontre différents types de personnes qui vont lui permettre d'explorer aussi bien un Autre culturel que lui-même.

Compte tenu des règles formelles de rédaction imposées dans le cadre de ces Doctoriales, il apparaît impossible d'y présenter les deux éléments de réflexion que je viens d'évoquer à moins de me limiter à un bref survol du travail. Or une telle démarche ne parviendrait nullement à restituer toute l'étendue, la complexité et l'originalité de mon projet de thèse ainsi que sa contribution inédite à l'avancement du savoir. Par conséquent, j'explorerai uniquement le premier pôle de réflexion, qui constitue quoiqu'il en soit le cœur de la thèse dans la mesure où sont questionnés les problématiques fondamentales et concepts majeurs développés par les recherches consacrées au Tourisme et auxquels je soumetts de nouvelles pistes de réflexion en proposant un sujet d'étude neuf et un terrain d'enquête inusité.

II. Anthropologie du touriste

Se perdre en route : L'expérience de l'Être

Que l'on s'intéresse à la route en tant qu'objet de visite ou/et destination touristique, il importe de se pencher sur la manière dont le mythe qu'elle engendre s'est construit puis d'identifier les éléments qui participent à une expérience unique où se mêlent désir d'ailleurs et imaginaire. Ce mythe de la route est chevillée à la figure historique du hobo, exploitée de manière romantique par nombre d'écrivains et de cinéastes avant d'être assimilée dans l'imagination du plus anodin des citoyens comme une sorte d'anti-héros romantique et libertaire pour qui vivre la route était la raison d'être.

La place accordée au hobo dans la littérature témoigne de la fascination qu'il exerce sur des écrivains comme Jack Kerouac, auteur de l'illustre « Sur la route » et qui fut lui même hobo durant quelque temps. Sous le pseudonyme de Sal Paradise, l'auteur y raconte le récit de ses errances sur les routes américaines. Voyageant en auto-stop, logeant chez celui qui l'accepte, partageant femmes et alcool avec des amis d'un jour, Kerouac s'abandonne à la loi du hasard et à la recherche d'une fraternité réelle. « Sur la route » est le compte rendu de cette quête, de ses moments d'euphorie, mais aussi de ses passages à vide et de ses échecs. Naît alors une vision fantasmée du voyage, abordé sous la forme d'une errance où le héros est un nomade. Il apprend à découvrir son soi

comme un autre à l'instar de Christopher Johnson MacCandless, héros post-moderne du récit biographique « Voyage au bout de la solitude » (Krakauer, 2000)¹²⁵ qui fut un lecteur assidu de l'écrivain Jack London, lui-même hobo durant l'année 1894 (London, 1907; 2001). Ces deux épopées retracent le parcours extra-ordinaire d'un homme en rupture avec la société qui opta pour un style de vie nomade et devient un routard, un voyageur ayant soif d'aventure et de liberté absolue. D'ailleurs, si la route bénéficie d'un tel pouvoir d'attraction c'est parce que prendre la route est la cause et l'effet d'un allègement existentiel selon le sociologue français Michel Maffesoli. Le voyageur rechercherait davantage d'authenticité dans ses rapports avec autrui et son contact avec l'absolu, en se dépouillant d'obligations superflues et superficielles. « Sur la route et dans le désengagement, il y a comme un parfum de désert. Quelque chose de rude et d'abrupt, mais quelque chose, également qui ne manque pas de suavité. La pureté de la raréfaction. » (Maffesoli, 1997, p. 167) En se débarrassant de choses secondaires ou d'une vision matérialiste de l'existence, le nomade peut atteindre une éthique du désert où il est en mesure « de jouir de la moindre des choses, et où le sens de la solidarité retrouve ses lettres de noblesse. Dans cette éthique ce qui tend à prédominer est bien l'intensité de l'expérience de l'Être. » (Ibid.)

La notion de désert est intimement liée à l'expérience du voyageur pour qui la route sur laquelle il se déplace est une terre d'auto-création. Dans le chapitre « Vies brisées, stratégies brisées » de *La vie en miettes*, Zygmunt Bauman consacre une longue réflexion sur l'interrelation qui lie la définition du désert à la figure du pèlerin dont le flâneur, le vagabond, le touriste et le joueur seraient des successeurs. Selon Edmond Jabès cité par Bauman, le désert est un espace où l'on se rend afin de perdre son identité, devenir anonyme et entendre parler le silence (Jabès, 1963 cité par

¹²⁵ L'ouvrage dépeint l'histoire véridique de Christopher J. MacCandless. Après l'obtention de son diplôme universitaire à l'Université Emory d'Atlanta, le jeune homme décida d'abandonner la civilisation pour un retour à la vie sauvage. Durant deux ans, il sillonne les routes américaines à pied, subsistant grâce à de menus travaux et n'emportant avec lui que le strict minimum. Finalement, il réalise son grand projet : s'installer au coeur de l'Alaska sauvage, seul, en communion absolue avec la Nature. Néanmoins, il ne survécut que 112 jours dans l'épave du Fairbanks Bus 142, habituellement utilisé comme abri par les chasseurs locaux. Il meurt de malnutrition en août 1992 à l'âge de 24 ans. Le livre a été publié aux Etats-Unis mais également dans neuf pays du monde allant du Japon à l'Espagne en passant par la Chine et l'Italie. Il a été adapté à l'écran en 2007 par le réalisateur américain Sean Penn sous le titre *Into the Wild*. La même année, le documentaire *Call of the Wild* de Ron Lamothe est présenté. Il est basé sur les entrevues d'une douzaine de personnes ayant côtoyé Christopher. Ces oeuvres témoignent de la fascination d'un grand nombre de publics à l'égard d'un tel choix de vie c'est-à-dire l'aventure extrême.

L'engouement autour du personnage est tel que de nombreux voyageurs font le trajet jusqu'au lieu de sa mort (au demeurant difficile d'accès). Un site internet décrit le type de personnes qui se lancent sur la route du Magic Bus, devenu un haut lieu de pèlerinage pour apprentis aventuriers. Alaska : le bus 142 du film «*Into the Wild*» devient lieu de pèlerinage. [En ligne]. Disponible à : < <http://fr.globalvoicesonline.org/2009/09/24/20069/> > (Page consultée le 20 novembre 2010). Selon le journal canadien *The Star*, plus de 100 personnes font le voyage chaque année jusqu'à Healy, ville où se trouve le Magic Bus. Elles postent ensuite des vidéos sur le site internet Youtube et publient des photographies sur Facebook comme témoignage de leur périple. En général, ces voyageurs imitent la posture originelle d'un Christopher souriant et assis devant le fameux bus. Cette dernière photographie aurait été prise quelques jours avant sa mort à l'aide d'un retardateur. *Alaskans tired of rescuing «pilgrims» in the wild*. *The Star*. [En ligne]. Disponible à : < <http://www.thestar.com/printArticle/267203> > (Page consultée le 20 novembre 2010).

Bauman, 2003, p.37). Et il affirme qu'en définitive, le désert est la terre de l'absolu puisqu'elle est absence de limites, terre de la liberté crue, nue, primitive et essentielle.¹²⁶

C'est bien de cela dont il est question : Pourquoi l'aventure sur la route exerce une telle fascination et produit chez le voyageur cette impression d'un paroxysme sensoriel, culturel, social jamais atteint autrement ? À cette question, Maffesoli fournit quelques éléments de réponse : selon lui, « [...] le désir de briser l'enclosure et l'assignation à résidence propres à la modernité sont comme autant de moments d'une nouvelle quête du Graal, jouant tout à la fois la dynamique de l'exil et celle de la réintégration. » (Maffesoli, 1997, p. 14) Le Graal étant à mon sens ce besoin de s'auto-crée et de se redéfinir en tant que soi après une plongée volontaire dans l'oubli identitaire.

Donner du sens à l'expérience touristique : Raisons et perceptions du voyage

Outre la figure du voyageur, il convient de se pencher sur celle du touriste au sens officiel où on l'entend à savoir (selon l'OMT) un visiteur temporaire en déplacement hors de son lieu de résidence habituel pour plus de 24 heures mais moins de 4 mois, dans un but de loisirs, un but professionnel (tourisme d'affaires) ou un but sanitaire (tourisme de santé). Dans l'optique de comprendre ce qui rend l'expérience du voyage significative, l'enquête réalisée par l'anthropologue Julia Harrison est à signaler. En effet dans *Being a Tourist* (Harrison, 2003), elle analyse ses conversations avec des upper-middle-class travellers soigneusement sélectionnés après publication d'une annonce dans différents journaux nationaux et revues de voyages. En se basant sur ce qu'elle nomme leurs travelographies, elle cherche à comprendre les raisons qui poussent ces travel enthusiasts à investir leurs ressources financières, émotionnelles, psychologiques et physiques dans chacun de leurs voyages.

L'ouvrage aborde les questionnements fondateurs du Tourisme concernant l'authenticité de l'expérience vécue (MacCannell, 1999, 1973; Wang, 1999) et le regard que porte le touriste sur son propre Soi et cet Autre qu'il visite (Urry, 1992, 1990). L'originalité de *Being a tourist* tient à la minutie de l'enquête ethnographique dans la mesure où son auteur cherche à découvrir pourquoi les touristes partent, où vont-ils, ce qu'ils font lorsqu'ils sont à destination, ce qu'ils ramènent et ce qu'ils retiennent de leur expérience. D'après ses observations, Julia Harrison affirme que l'expérience touristique est l'occasion d'établir des connexions humaines et même de créer une forme d'intimité avec d'autres touristes croisés au cours d'un voyage : c'est ce qu'elle nomme *Touristic intimacy* (Harrison, Op.Cit., p.49). Cela se produit lorsqu'un petit groupe se forme au point de fonctionner

¹²⁶ « Si l'ermite médiéval se sentait si proche de Dieu dans le désert, c'était parce qu'il se sentait lui-même divin : délivré de l'habitude et de la convention, des besoins de son propre corps et des âmes des autres, de ses actions passées et de ses agissements présents. Selon les mots des théoriciens d'aujourd'hui, on pourrait dire que les ermites furent les premiers à vivre l'expérience d'un moi « désenchanté » et « non encombré. » [...] Leur pèlerinage vers Dieu était un exercice d'auto-construction. » (Bauman, 2003, p. 37)

comme une structure familiale pendant un court laps de temps. Face à une société médiatique où l'individu vit dans un « état de rencontre imposé » (Althusser, 1994), l'activité touristique offre la possibilité de rencontre alternative, discontinue et imprévue. Elle permet des sociabilités alternatives et une expérimentation du « vivre ensemble » avec cet Autre que je ne connais pas et que je ne reverrais sans doute jamais. Les liens que le touriste tisse avec Autrui participent au sentiment de partager ensemble un moment particulier, de se distinguer de la masse des non touristes, de se soustraire pendant un temps aux normes qui régissent le social et d'expérimenter ensemble, une communauté de l'instant.

Ce sont ces expériences du vivre ensemble qui font du tourisme, un rhizome (Deleuze & Guattari, 1980, T. 2) interconnectant les hommes entre eux et les mettant en phase avec le monde dans lequel ils vivent par la prise de conscience de leur environnement proche et lointain. De là, un parallèle est à démontrer : parcourir la route tend à mettre en relief cette idée qu'elle est médiateur, qu'elle est un réseau reliant les hommes aux objets, entre eux et au monde.

Entre aventure et découverte en état de grâce liquide

Il existe un autre type de touriste situé à mi-chemin entre la figure exotique du voyageur aventurier et celle plus conventionnelle du touriste, consommateur de séjours périodiques. Cela mène à s'intéresser à la thèse de doctorat de Célia Forget (2006) dont la problématique consiste à démontrer en quoi le mode de vie des Full-time RVers¹²⁷ fait état d'une nouvelle approche de la culture de la mobilité et comment ils la vivent au quotidien. Appliquant la technique du Following ou Tracking et le paradigme ethnographique du multi-sites (Marcus, 1995), elle partagea le quotidien de ses groupes cibles au cours des différents terrains menés aux États-Unis et au Canada. Les quelques millions d'adeptes qui arpentent les routes d'Amérique du Nord à bord de véhicules récréatifs ont choisi une vie nomade au cours de laquelle le rapport au territoire et les notions du chez soi, de la famille ou encore de la culture matérielle se trouvent être bousculés. C'est le nomadisme réinventé, actualisé et mis en forme dans une perspective d'être tour à tour un voyageur, un touriste, un routard, un visiteur et un citoyen. Le RVer est un touriste en perpétuelle recherche et en perpétuelle position de découverte mais aussi un résident de la route. Sa formidable capacité à moduler sa réalité afin de s'adapter à toute situation, à réagir à tout changement, à jongler avec ses différents statuts et à embrasser puis vivre passionnément une perte de contrôle du temps ou de l'espace, fait de lui le prototype même du touriste évoluant en contexte de modernité liquide. Le RVer n'est qu'une des

¹²⁷ « Le terme de full-time RVer désigne une personne décidant de vivre à plein temps dans un véhicule récréatif (VR), terme regroupant tous les types de camping-cars et de caravanes, et d'arpenter les routes nord-américaines. » (Forget, 2007, p.17).

nombreuses versions actuelles d'un citoyen poussé à une mobilité schizophrénique dans un monde en perpétuel mouvement.

Le sociologue polonais Zygmunt Bauman développa le concept de liquidité comme métaphore de la société actuelle au sens de liquéfaction, déstructuration car contrairement aux corps solides, les liquides ne peuvent conserver leur forme lorsqu'ils sont pressés ou poussés par une force extérieure, aussi mineure soit-elle. Les liens entre leurs particules sont trop faibles pour résister (Bauman, 2000, p.1). Selon lui la modernité liquide ou seconde modernité succède à la modernité solide car « [...] les formes sociales (les structures qui limitent les choix individuels, les institutions qui veillent au maintien des traditions, les modes de comportement acceptables) [...] se décomposent en moins de temps qu'il ne faut pour être forgées et se solidifier. » De ce fait, elles ne peuvent plus servir de cadre de référence aux actions humaines. Il en résulte une modification des rapports entre les individus car la société est de plus en plus envisagée comme un réseau plutôt que comme un tout solide ou une structure tangible. « [...] Elle est perçue et traitée comme une matrice de connexions et de déconnexions qui sont le fruit du hasard et d'un nombre par essence infini de permutations possibles. » (Bauman, 2007, p.7-10)

L'avènement de la modernité liquide a rendu les relations humaines poreuses et volatiles dans la mesure où l'individu en situation de changement constant tisse des liens fragiles avec les autres. Se projeter dans l'avenir s'avère être un exercice difficile dès lors que l'engagement à long terme est perçu comme une contrainte et pensé en terme de crainte. Seules les attaches pouvant être défaits aussi rapidement qu'elles ont été nouées semblent s'épanouir et seuls les engagements temporaires sont viables. Par conséquent il apparaît clairement qu'en contexte de modernité liquide, la tendance est à « [...] la flexibilité : l'aptitude à changer rapidement de tactique et de style, à abandonner sans regret ses engagements et ses loyautés, et à profiter des occasions dans l'ordre où elles se présentent plutôt que dans l'ordre de ses préférences personnelles. » (Bauman, 2007, p.10) C'est bien parce que l'individu est contraint d'épouser les changements sociaux constants qui se répercutent dans sa sphère intime comme autant d'ondes progressives à mouvement oscillatoire sur une surface liquide, qu'il se voit pratiquer un nomadisme physique et mental faisant de lui un touriste endotique¹²⁸ qui voyagerait à l'intérieur de sa propre vie, lui-même devenant un autre voire des autres au fil des

¹²⁸ L'endotisme est ce que Jean-Didier Urbain souligne en mettant en avant une citation de Georges Perec dans le préambule de *Ethnologue*, mais pas trop : « Peut-être s'agit-il de fonder enfin notre propre anthropologie : celle qui parlera de nous, qui ira chercher en nous ce que nous avons si longtemps pillé chez les autres. Non plus l'exotisme mais l'endotisme. » Il s'agit de regard et de sentiment, de vécu et de positionnement de soi par rapport au monde. Cette posture de distanciation par rapport à soi permet « de restaurer l'étrangeté en des mondes proches et familiers. » (Urbain, 2003, p.10). L'exotisme est l'exploration de l'Autre et de l'Ailleurs dans le Lointain tandis que l'endotisme est la découverte de soi comme un autre donc de sa propre altérité dans l'ici. Pour résumer davantage et souligner l'essence des deux notions, on dira que l'exotisme concerne l'altérité extérieure tandis que l'endotisme relève de l'altérité intérieure.

expériences multiples que lui impose la société liquide. En effet, il cumule différents types de relations professionnelles et personnelles, d'emplois, de familles parfois, organisés ou oubliés dans des bulles spatio-temporelles cultivant ainsi une certaine mobilité schizophrénique de plus en plus déroutante et rapide au fur et à mesure que s'accroît l'évolution de la société liquide. Il est certain qu'une telle fuite en avant ne peut qu'engendrer un sentiment permanent d'insatisfaction.

La figure du touriste selon Bauman exprime incontestablement cet état de fait dans la manière dont il aborde son activité touristique. Son but est la recherche systématique et consciente de l'expérience de la nouveauté et de la différence puisque le familier a cessé depuis longtemps d'être attractif. En proie à une incessante insatisfaction et au désir du contraste, il veut plonger dans l'étrange mais aussi le quitter quand bon lui semblera dans une logique de consommation effrénée (Bauman, 2003, p.52-53). S'abreuvant d'excitations et de plaisirs neufs, envisageant ses rapports avec l'autre sur le mode du réseautage au sein d'une société insouciant de l'avenir, égoïste et hédoniste, le touriste semble épouser le rythme ondulatoire infernal que lui impose la modernité liquide, apologie de la nouveauté et du plaisir sous toutes ses formes et manifestations. Or pour le touriste, on comprend très bien que la source de la jouissance est l'expérience exotique qui permet de cumuler les découvertes originales dans une version inédite et sublimée du monde dans lequel il évolue.

Il sera important de démontrer au cours de la thèse que si tout citoyen est un touriste, le voyage sur la route revêt une dimension particulière en contexte de modernité liquide. Il apparaît comme une retraite en dehors de la bulle spatio-temporelle bruyante, changeante, exigeante et étouffante qu'incarne la société liquide. Emprunter la route c'est tenter d'atteindre une éthique du désert tel un pèlerin afin de renouer avec une certaine authenticité de son être à travers l'usure du bitume, de la terre brûlée et du temps dans une tentative de revenir à l'essentiel : entendre parler le silence, s'oublier pour mieux se retrouver purifié et sentir palpiter à nouveau son humanité.

III. Méthodologie

Problématique

L'objet de la thèse est l'étude de toutes les dimensions du voyage sur la route, héritage de la *Beat Generation* et fantasme dans l'imaginaire collectif. La problématique consistera à démontrer en premier lieu que l'actuelle figure du touriste est un *alter ego* abouti d'un individu en contexte de modernité liquide et qu'il endosse autant de statuts qu'il cumule d'expériences. Chacun se doit d'être nomade dans la mesure où il est contraint au changement perpétuel, condamné à maîtriser et pratiquer « [...] à des degrés variables, l'art de la « vie liquide » : « accepter d'être désorienté, de vivre hors de l'espace et du temps, d'avoir le vertige, le tournis, de ne connaître d'avance ni la durée ni le chemin. » (Bauman, 2006, p.10) En second lieu, je mettrai en évidence que le voyage sur la route

permet de s'exporter hors du temps liquide et de se redéfinir en tant que soi à travers une expérience qui confine à la pratique du pèlerinage. Ceci étant, il sera alors possible de proposer une anthropologie du tourisme de proximité en terre québécoise. En choisissant des enquêtés canadiens (francophones), il sera possible de comprendre comment ils abordent leur déplacement sur un territoire auquel ils sont identitairement liés, comment il est possible de voyager chez soi comme s'il s'agissait d'un lieu inconnu et de quelle manière la route intervient dans cette recherche de découverte.

L'enquête de terrain recueillera des données ethnographiques précises (motivations, démarche, regard, corps, interaction, discours des groupes cibles) afin d'analyser l'expérience touristique des touristes aujourd'hui. Le cadre géographique de l'enquête sera la province du Québec qui s'avère être un terrain d'investigation plus que pertinent en regard de l'abondance de ses ressources naturelles au point de la placer à une position avantageuse sur le plan mondial. Le Québec est la plus grande province du Canada et occupe 1 667 926 km² de superficie. Il abrite sur son sol 23 parcs nationaux et un réseau de 15 réserves fauniques, tous gérés par l'organisme de la SEPAQ. L'industrie touristique est l'un des piliers économiques majeurs au Québec : elle comprend plus de 330 000 travailleurs qui œuvrent dans plus de 34 000 entreprises touristiques québécoises¹²⁹. En 2008, 26 millions de touristes ont visité la province dont 77,7 % provenaient du Québec, 10,8 % du Canada, 7,1 % des États-Unis et 4,5 % d'autres pays.¹³⁰ Le chiffre d'affaires du secteur touristique québécois génère une moyenne de 10,69 milliards de dollars¹³¹ sur les 4 000 milliards de dollars annuels produits par le tourisme dans le monde. Aujourd'hui la province est reconnue comme étant une destination touristique internationale. Elle est donc un terrain de choix pour traiter ce sujet de thèse puisqu'elle regorge aussi bien de patrimoines culturels que naturels, tout en offrant un réseau routier très dense qui englobe environ 185 000 kilomètres d'autoroutes, routes nationales, régionales, rues et chemins locaux. En outre, le fait que plus de la moitié des touristes soient des habitants de la province indique une certaine curiosité à l'endroit de leur territoire. D'ailleurs, il conviendra de vérifier si cette tendance traduit un intérêt collectif croissant envers une quelconque quête de nature identitaire.

¹²⁹ Portail Québec. Gouvernement du Québec. [En ligne]. Disponible sur : < <http://www.gouv.qc.ca/portail/quebec/pgs/commun/portrait/tourisme/?lang=fr> > (Page consultée le 13 novembre 2010).

¹³⁰ Le portail Tourisme Québec publie les chiffres de l'activité touristique pour l'année 2008-2007 sur son site internet. [En ligne]. Disponible sur : < <http://www.tourisme.gouv.qc.ca/publications/media/document/etudes-statistiques/Tourisme-chiffres2010.pdf> > (Page consultée le 13 novembre 2010).

¹³¹ Conseil québécois des ressources humaines en tourisme. [En ligne]. Disponible sur : < <http://www.cqrht.qc.ca/travailler-et-etudier-en-tourisme/le-tourisme-cest-quoi> > (Page consultée le 13 novembre 2010).

La Route et les circuits touristiques : les terrains de l'enquête

La route parcourue engloberait plusieurs circuits touristiques soigneusement sélectionnés et est le moyen utilisé pour rejoindre les groupes cibles. Le point de départ sera la ville de Montréal qui constitue l'extrémité Sud de la route historique nommée Chemin du Roy (Fig. 1).

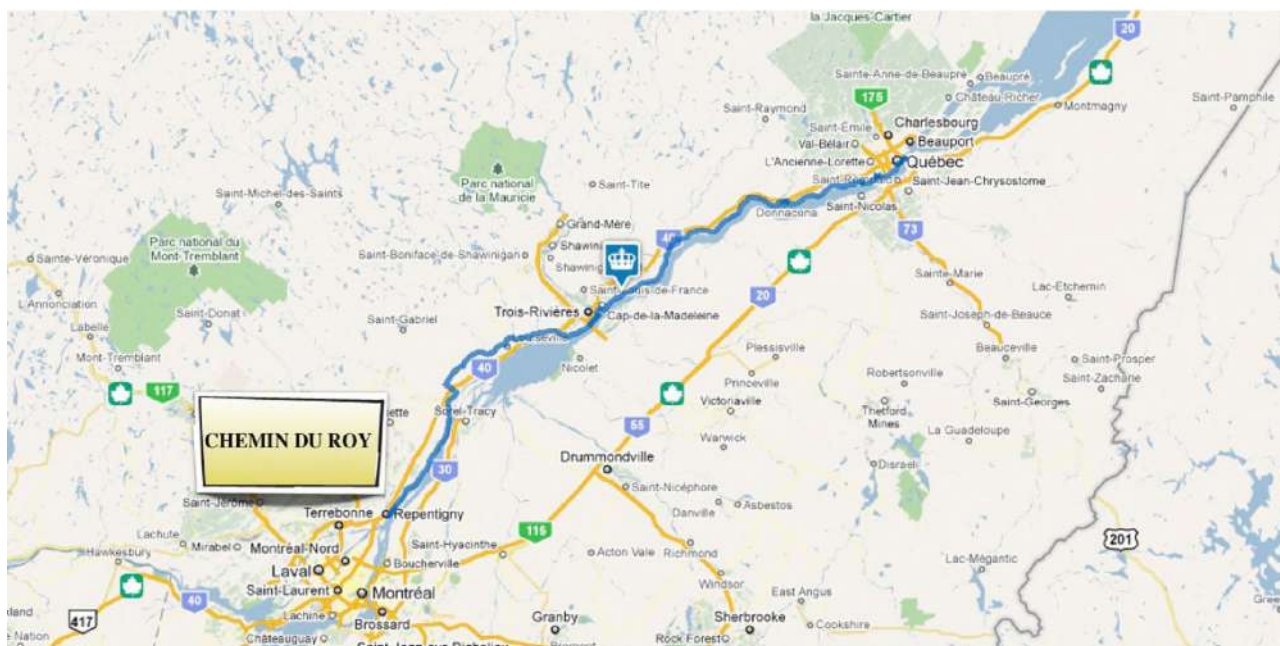


Fig. 1. Chemin du Roy

Source : Site touristique du Gouvernement du Québec. [En ligne].
Disponible sur : < <http://www.bonjourquebec.com/qc-fr/cheminroy.html> >
(Page consultée le 23 août 2011)

Ensuite, je voyagerai d'un premier groupe retenu à un autre, pérégrinant d'un véhicule à un autre jusqu'au Saguenay là où se niche la Route du Fjord (Fig. 2). Conformément à la méthode de l'observation participante, il sera indispensable de procéder à une immersion totale sur le terrain, en voyageant avec les personnes choisies tout au long de leur séjour. La route fait office de fil conducteur à suivre sur toute une période d'enquête et est ce carnet de voyage dans lequel s'écrivent les biographies d'individus dont les chemins vont se croiser, s'entremêler, se défaire ou se lier durablement, modifiant chacun pour toujours. La route confondra ces deux circuits touristiques, choisis au regard de la diversité et pertinence de la proposition patrimoniale faite au visiteur. Ils sont à considérer comme les extrémités Sud et Nord entre lesquelles s'étend le trajet à parcourir et les sites à explorer.

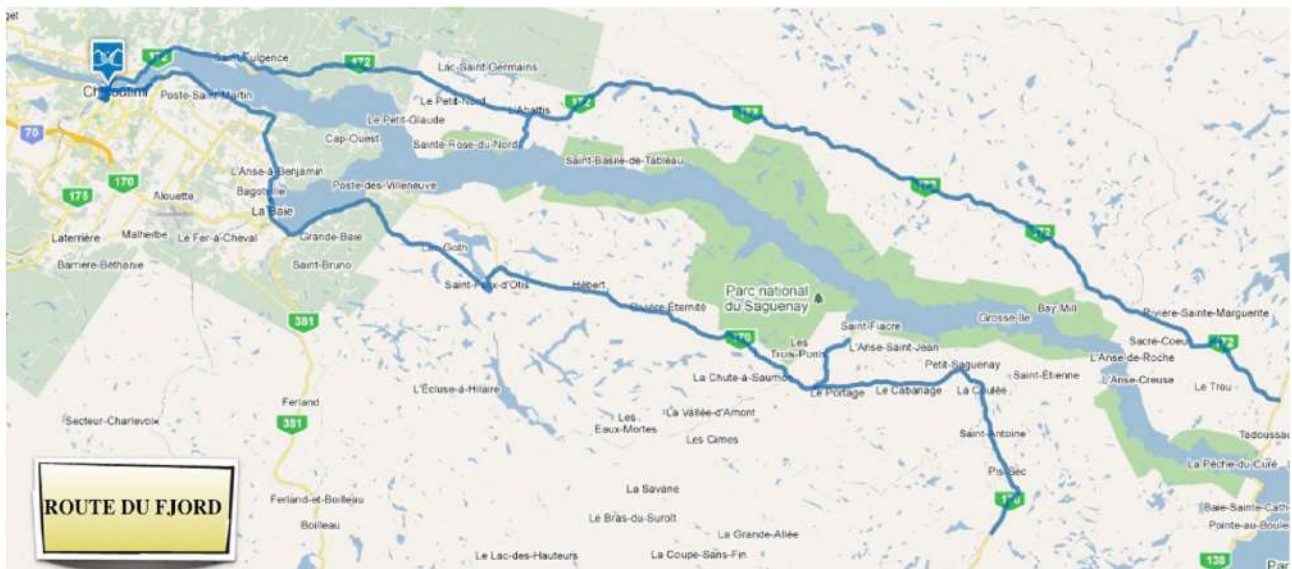


Fig. 2. Route du Fjord

Source : Site touristique du Gouvernement du Québec. [En ligne].
 Disponible sur : < <http://www.bonjourquebec.com/qc-fr/routefjord.html>>
 (Page consultée le 23 août 2011)

Entre le Chemin du Roy et la Route du Fjord, la Route de la Nouvelle-France (Fig. 3) et la Route du Fleuve (Fig. 4) s'alignent parfaitement sur la route qui mène de Montréal au Saguenay.



Fig. 3. Route de la Nouvelle-France

Source : Site touristique du Gouvernement du Québec. [En ligne].
 Disponible sur : < <http://www.bonjourquebec.com/qc-fr/routenouvellefrance.html>>
 (Page consultée le 23 août 2011)

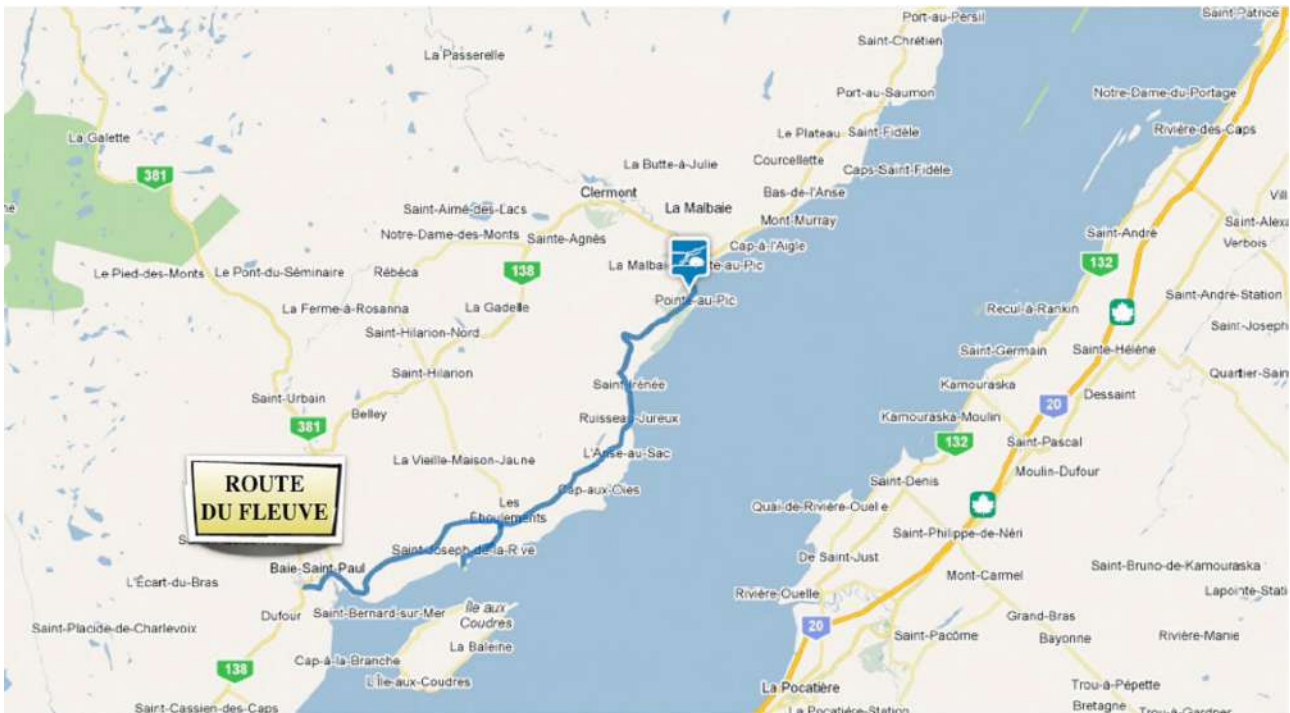


Fig. 4. Route du Fleuve


Source : Site touristique du Gouvernement du Québec. [En ligne].

Disponible sur : < <http://www.bonjourquebec.com/qc-fr/routefleuve.html>>

(Page consultée le 23 août 2011)

Je songe les rajouter au terrain d'enquête sachant que la Route de la Nouvelle-France (57 km) est un artefact patrimonial dans la même lignée que le Chemin du Roy et que la région de Charlevoix traversée par la Route du Fleuve (50 km) est déclarée Réserve mondiale de la biosphère par l'UNESCO (en partie à cause de la découpe des montagnes façonnées par un météorite de deux kilomètres de diamètres il y a 350 millions d'années). La courte distance que représentent ces routes rend envisageable leur adjonction au terrain car elles pourraient enrichir la réflexion. Mais il s'agit avant tout d'une question d'ordre pratique. En effet, je privilégierai celui ou ceux qui seront amenés à voyager le plus loin et le plus longtemps puis qui auront tendance à coupler deux ou trois circuits. Ce schéma me semble plus pertinent au regard de la méthode de l'observation participante et de l'ethnographie multisituée¹³² que je souhaite appliquer.

¹³² Les touristes étant amenés à transiter d'un site à d'autres sont de ce fait des entités mobiles qu'il convient de suivre. C'est donc tout naturellement que la pratique méthodologique envisagée s'appuiera sur la technique du Following ou Tracking et sur le paradigme ethnographique du multi-site prônés par George Marcus. L'anthropologue américain utilise la métaphore de "suivre" ou de "pister" pour évoquer « [...] cette logique d'espace mouvant de l'ethnographie issue des confins du travail de terrain. » (Marcus, avril 2002, p.4) L'ethnographie multisituée emploie la méthodologie traditionnelle à divers endroits dans l'espace et le temps et consiste à suivre en parallèle plusieurs terrains, plusieurs acteurs, plusieurs objets dans plusieurs lieux. « Multi-sited research is designed around chains, paths, threads, conjunctions, or juxtapositions of locations in which the ethnographer establishes some form of literal, physical presence, with an expli-

En premier lieu, artefact patrimonial et route historique, le Chemin du Roy (258 km) est la plus ancienne route terrestre du Canada qui reliait dès 1737 les trois villes les plus importantes de la Nouvelle-France : Montréal, Trois-Rivières et Québec. Aujourd'hui, une grande partie de son tracé est emprunté par la route 138 qui totalise plus de 1300 kilomètres à travers la province, faisant d'elle l'une des plus grandes routes du Québec. Le Chemin du Roy est une route touristique reconnue dont l'itinéraire est balisé sur les cartes avec ce sigle . Il présente la richesse du patrimoine québécois et matérialise l'histoire séculaire de la Nouvelle-France. En longeant le fleuve Saint-Laurent, le chemin mène au lac Saint-Pierre reconnu réserve mondiale de la biosphère par l'UNESCO. De plus, le Chemin relie Montréal à Québec, les deux villes phares de la province qui se livrent une lutte acharnée dans la reconnaissance de leur statut en tant que pôle économique pour la première et attraction touristique majeure pour la seconde qui fut consacrée « Ville du patrimoine mondial » par l'UNESCO en 1985. En outre, le Chemin du Roy est homologué Route Verte, sur sa presque totalité car il offre de nombreuses sections de pistes cyclables. Sacrée meilleure voie cyclable de la planète en 2008 selon la National Geographic Society¹³³, la Route Verte fut développée par Vélo Québec et a été inaugurée officiellement en 2007. Actuellement, elle totalise plus de 4 000 kilomètres mais devrait atteindre les 4500 kilomètres lors de son achèvement en 2011. L'intérêt du Chemin du Roy pour mon étude demeure indiscutable dans la mesure où il est un artefact patrimonial séculaire qui se conjugue au présent puisqu'il se retrouve jumelé à une route nouvelle, construite afin de promouvoir un déplacement écologique, dans le respect du développement durable.

En second lieu, je retiens un circuit touristique dont la particularité est de mener le voyageur dans des contrées éloignées, au plus près d'une Nature sauvage : la Route du Fjord (235 km) fait le tour du fjord de Petit-Saguenay (route 170) à Sacré-Cœur (route 172) puis permet de traverser L'Anse-Saint-Jean et Sainte-Rose-du-Nord, deux villages membres de l'Association des plus beaux villages du Québec; puis à Chicoutimi, de passer d'une rive à l'autre du fleuve Saint-Laurent. La Route du Fjord m'interpelle fortement du fait qu'elle mène au plus près d'une Nature sauvage sans être aussi isolée et difficile d'accès que la route Trans-Québec-Labrador et les Monts Groulx (route 389) initialement envisagée. En effet, j'ai dû me contraindre à des considérations matérielles et à la réalité de ce qui est possible d'entreprendre dans le cadre d'une thèse de doctorat.

cit, posited logic of association or connection among sites that in fact defines the argument of the ethnography. » (Marcus, 1995, p. 105).

¹³³ Historique du projet de la Route Verte. [En ligne]. Disponible sur : < <http://www.routeverte.com/rv/index.php?page=historique> > (Page consultée le 25 mars 2011).

Ainsi, Culture et Nature étant les deux pôles autour desquels s'articule mon sujet de recherches. Tourisme culturel et Tourisme responsable au Québec nous amènent à esquisser un portrait de la région et à nous pencher sur la spécificité du territoire, étude dont la route est le vecteur. Bien entendu, ces circuits touristiques choisis sont susceptibles d'être modifiés ultérieurement pour une meilleure précision dans la réflexion engagée et un recueil plus pertinent des données.

Sélectionner les touristes

Les touristes seront sélectionnés en fonction de leur intention de voyage, après un premier contact via la publication d'annonces dans différents journaux et revues de voyages, à l'instar de l'anthropologue (précédemment citée) Julia Harrison. Par la suite, ils auront un questionnaire à remplir. Chaque question exige un développement narratif de la part du participant afin de mieux apprécier son niveau d'éducation, sa capacité réflexive, sa manière d'aborder le voyage et sa propension à se dévoiler face aux questions indiscrètes.

L'enquête sera limitée à plusieurs groupes composés chacun d'un minimum de 4 à 5 personnes. Elle permettra de rejoindre au total entre 20 à 30 touristes. Idéalement, mon intention est de «voguer d'un véhicule à l'autre» comme je l'ai précédemment annoncé, de mon point départ à mon point d'arrivée au cours d'un seul et unique voyage. Sélectionner des membres évoluant en groupe me permettra d'avoir accès à plusieurs voix de réflexion au cours d'un même voyage.

Par ailleurs, trois critères s'avéreront décisifs : la durée du voyage, le lieu de résidence des participants de même que leur rapport au patrimoine et au voyage. En effet, il paraît plus judicieux de voyager avec des touristes qui partent pour une longue période et s'enfoncent le plus loin possible vers le Nord Québécois. Plus le voyage dure, plus les sites d'observation seront nombreux, plus l'ethnographie multisituée aura sa raison d'être appliquée, plus une certaine intimité est susceptible de se créer entre les participants et plus l'observation participante révélera de précieuses données.

Quelques semaines après leur retour à la maison, des entretiens semi-dirigés permettront de recueillir leurs récits de vie afin de constituer leurs biographies de voyage¹³⁴ en plus des informations relatives au voyage effectué avec moi. La sélection des touristes dépendra de leur lieu de résidence que je pense restreindre à la province québécoise. L'analyse qui en découlerait mettrait en lumière la façon dont les touristes québécois voyagent chez eux et comment ils appréhendent

¹³⁴ On ira consulter les travelographies des travel enthusiasts que Julia Harrison place en fin de son *Being a Tourist*. Il ne s'agit évidemment pas de faire comme l'anthropologue de Toronto mais seulement de s'inspirer des méthodes efficaces et rigoureuses de cet ouvrage salué par l'anthropologue américain Edward M. Bruner.

leur propre patrimoine national et régional. Voyager contribue-t-il pour certains à construire leur identité à travers l'expérimentation de leur territoire ?

Davantage d'attention sera portée à ceux qui présentent de riches biographies de voyage c'est-à-dire qui sont partis souvent, longtemps, ailleurs ou/et ici. Ils ont une culture du voyage et une vision personnelle de ce qu'ils cherchent à expérimenter ailleurs, avec soi et les autres.

IV. Conclusion

Je terminerai en mentionnant mes outils méthodologiques. L'objectif de l'enquête sera de suivre ou pister les touristes sélectionnés au cours d'une investigation sur le terrain. La configuration idéale serait que je sois en mesure de partager le véhicule des groupes cibles afin de filmer la totalité du voyage pour en retirer un matériel audiovisuel pertinent à annexer à la thèse. Néanmoins, je demeure consciente des difficultés auxquelles je serai contrainte de faire face comme la réticence de certains touristes à vivre sous l'oeil de la caméra durant leurs vacances et le fait qu'il sera compliqué d'effectuer simultanément trois actions : filmer, observer et prendre des notes dans le journal de terrain. Je songe réserver l'usage de la caméra à des moments particuliers de l'enquête qui seront regroupés par thématiques (confidences et interactions entre les touristes, instants marquants qui permettraient de reconstituer une certaine chronologie des événements rythmant le voyage et entretiens semi-dirigés de l'après terrain).

En outre, l'usage du magnétophone et d'un appareil photographique viendra compléter la panoplie de l'équipement à utiliser afin d'assurer la cueillette de données croisées et complémentaires. Enfin, dans le journal de terrain qui m'accompagnera à chaque instant, je pourrais rendre compte du déroulement du voyage, réaliser quelques croquis lorsque la prise de photographie sera impossible, faire part des situations auxquelles je serai confrontée ainsi que tout ce qui est susceptible de toucher de près ou de loin au travail d'enquête, un peu à la manière de Malinowski pour son « Journal d'ethnologue. »¹³⁵ Il est l'occasion de dresser un portrait sur le vif de l'enquête et de capter à travers une poussière de détails, la véracité fugace des personnes que l'on observe. Aussi, après le déroulement de l'enquête, la lecture ultérieure de ce document ravivera à la mémoire le voyage avec d'autant plus d'intensité qu'il aura été consigné avec soin. Cependant au-delà de l'outil méthodologique, il ne faut pas oublier que l'ethnologue est la mémoire de son enquête à l'image de Jean J. Jackson qui avance l'idée que l'anthropologue est lui-même une note de terrain : « I'am a Fieldnote. »¹³⁶ (Sous la dir. de Sanjek, 1990).

¹³⁵ Ce journal paru en 1967 fut rédigé par Malinowski durant ses séjours à l'île de Mailu et aux îles Tobriand.

¹³⁶ La question du journal et des notes en tant qu'outil méthodologique ou celle des données pertinentes de l'enquête en tant que partie des informations à traiter à l'issue du terrain demeure essentielle. Elle a même fait l'objet d'une étude

Bibliographie

- ALTHABE Gérard, *Ethnologie du contemporain et enquête de terrain*, Terrain, n°14, p.126-131, (mars 1990)
- ALTHUSSER Louis, *Le courant souterrain du matérialisme de la rencontre in Écrits philosophiques et politiques*. Paris, Stock, p.539-579, 1994
- ARBORIO Anne-Marie et FOURNIER Pierre, *L'observation directe*, Série L'enquête et ses méthodes. Paris, Armand Colin, 3^e Ed. 2010
- BÉAUD Stéphane et WEBER Florence, *Guide de l'enquête de terrain : produire et analyser des données ethnographiques*, Paris, La Découverte, 4^e Ed, 2010
- BERTHO-LAVENIR, Catherine, *La roue et le stylo, Comment nous sommes devenus touristes*, Paris, Odile Jacob, 1999
- BAUMAN Zygmunt, *Le présent liquide, Peurs sociales et obsession sécuritaire*, Paris, Seuil, 2007
- BAUMAN Zygmunt, *La vie liquide*, Rodez, Le Rouergue/Chambon, 2006
- BAUMAN Zygmunt, *L'amour liquide, De la fragilité des liens entre les hommes*, Rodez, Le Rouergue/Chambon, 2004
- BAUMAN Zygmunt, *La vie en miettes, Expériences postmoderne et moralité*, Rodez, Le Rouergue/Chambon, 2003
- BAUMAN Zygmunt, *Liquid Modernity*, Cambridge, UK, Polity Press, 2000
- BAUMAN Zygmunt, *Le coût humain de la mondialisation*, Paris, Hachette Littératures, 1999
- BOORSTIN Daniel Joseph, *L'image, ou ce qu'il advint du Rêve américain*, Paris, Julliard, (Collection 10/18), 1961
- L'engagement ethnographie* / Sous la dir. de CÉFAÏ Daniel, « Collection En temps & Lieux », Paris, École des Hautes Études en Sciences Sociales, 2010
- L'enquête de terrain* / Textes réunis, présentés et commentés par CÉFAÏ Daniel, Paris, La Découverte/ M.A.U.S.S, 2003
- CHARTRAND Luc, *Au bout de la route : le Québec hors des sentiers battus*, Outremont, Lanctôt, 1999
- CLIFFORD James, *Routes : Travel and translation in the late Twentieth Century*, Cambridge, Massachusetts, Harvard University Press, 1997

menée par l'américaine Jean J. Jackson, professeur au MIT, auprès d'une soixantaine d'anthropologues de la côte Est des États-Unis afin de décrire les usages et le statut que ces derniers accordent aux notes et leur rapport à cet outil méthodologique. Pour certains, les enquêtes orales et les journaux d'enquête ne sont pas des notes, pour d'autres, ce sont des données tandis que d'autres encore pensent que ce sont les observations de l'ethnologue qui sont des notes.

- CLUZEAU Patrick & TREMBLAY Rémy, *Les voyages des touristes québécois au Québec en 1990 : Un extrait sur les voyages des Canadiens (EVC) de Statistique Canada*, Vol. 1. Québec, Gouvernement du Québec, Ministère du tourisme, Direction de la recherche, 1992
- COHEN Erik, « *Pilgrimage and Tourism : Convergence and Divergence* », in MORINIS Alan (dir.), *Sacred Journeys : The Anthropology of Pilgrimage*, New York, Greenwood Press, (p. 47-61), 1992
- COHEN Erik, « *A Phenomenology of Tourist Experiences* », *Sociology*, Vol. 13, p. 179, 1979
- COPANS Jean, *L'enquête et ses méthodes : l'enquête ethnologique de terrain*, Paris, Armand Colin, 2^e Ed. refondue sous la dir. de DE SINGLY François, 2008
- Qu'est-ce qu'une route ? Cahiers de Médiologie / Sous la dir. de DEBRAY Régis*, N°2. Évreux, Gallimard, 1996, [En ligne]. Disponible sur Cahiers de Médiologie : < <http://www.mediologie.org/collection/revue.html> > (Page consultée le 3 août 2010).
- DE CERTEAU Michel, *L'invention du quotidien*, Tome 1 & 2, Paris, Gallimard, 1990
- DELEUZE Gilles et GUATTARI Félix, *Mille Plateaux, Capitalisme et Schizophrénie*, Tome 2. Paris, Minuit, « Collection Critique », 1980
- DENTITH Simon, *Bakhtinian Thought : An Introductory Reader*. London, Routledge. Bibliothèque virtuelle MyiLibrary, 1995. [En ligne]. Disponible sur : <<http://lib.myilibrary.com/Open.aspx?id=5134&loc=&srch=undefined&src=0>> (Page consultée le 18 décembre 2010)
- DUHAMEL-NOYER Olga et OLIVIER David, *Motel Univers, Bienvenue au Québec*, Québec, Hélotrope, 2006
- FORGET Célia, *Le Full-time RVing : Une nouvelle approche de la culture de la mobilité en Amérique du Nord*. (Thèse de Doctorat) Université Laval en cotutelle avec l'Université de Provence. [Direction : Laurier Turgeon, Université Laval, et Christian Bromberger, Université de Provence], 2007
- GOFFMAN Erving, *La mise en scène du quotidien*, Paris, Minuit, 1973
- GONSETH Marc-Olivier, *Routes et autres voies : approche ethnologique du voyage marginal*. (Mémoire de Licence) Université de Neuchâtel. [Direction : Pierre Centlivres]. *Recherches et Travaux de l'Institut d'Ethnologie*, n°2, 1982
- GRESKOE Taras, *Un voyage parmi les touristes*, Montréal, VLB, 2005
- HARPER Douglas, *Good Company : A Tramp Life*, Paris, Montréal, L'Harmattan, 1998
- HARRISON, J. D, *Being a Tourist : Finding Meaning in Pleasure Travel*, UBC Press, Vancouver, Toronto, 2003
- JACKSON, Jean J., « *I am a Fieldnote : Fieldnotes as a Symbol of Professional Identity* » in SANJEK Roger (dir.), *Fieldnotes: The Makings of Anthropology*, Ithaca, Cornell University Press, p. 3-33. 1990

- KRAKAUER Jon, *Voyage au bout de la solitude*, Paris, Presses de la Cité, 2000
- LAPLANTE Marc, *L'expérience touristique contemporaine : fondements sociaux et culturels*, Sainte-Foy, Presses de l'Université du Québec, 1996
- LEFÈBVRE Henri, *La production de l'espace*, 4^e Éd., Paris, Anthropos, 2000
- MACCANNELL Dean, *The tourist : A new theory of the Leisure Class*. Berkeley : University of California Press, 1999
- MACCANNELL Dean, « *Stage Authenticity : Arrangements of Social Space in Tourist Settings* », *American Journal of Sociology*, Vol. 79, n° 3, pp. 589-603, 1973
- MALINOWSKI Bronislaw, *Les Argonautes du Pacifique occidental*, « Collection Tel », Paris, Gallimard, 1989
- MARCUS George E, « *Au-delà de Malinowski et après Writing Culture : À propos du futur de l'anthropologie culturelle et du malaise de l'ethnographie* », (avril 2002) *Ethnographie* [En ligne]. n°1. Disponible sur : < <http://www.ethnographiques.org/2002/Marcus> > (Page consultée le 19 juillet 2010)
- MARCUS George E, *Ethnography through thick & thin*. Princeton, N.J., Princeton University Press, 1998
- MARCUS George E, « *L'ethnographie du/dans le système-monde. Ethnographie multi-située et processus de globalisation* » Traduction de MARCUS George E., « *Ethnography In/Of the World System : The Emergence of Multisited Ethnography* », *Annual Review of Anthropology*, Vol. 24, p. 95-117 in *L'engagement ethnographique / Sous la dir. de CÉFAÏ Daniel*, Paris : École des Hautes Études en Sciences Sociales, « Collection En temps & Lieux », 2010
- MARCUS, George E et MYERS Fred R., *The Traffic in culture : Refiguring art and anthropology*, Berkeley, University of California Press, 1995
- MARCUS George E et CLIFFORD James, *Writing Culture : the poetics and politics of ethnography : a School of American Research advanced seminar*, Berkeley, University of California Press, 1986
- MAFFESOLI Michel, *Du nomadisme : Vagabondages initiatiques*, Paris, Librairie Générale Française, 1997
- McCABE Scott, « *Who is a tourist ? : A critical review* », *Tourist Studies*, Vol. 5, p. 85. 2005
- MICHEL Franck, *Désirs d'ailleurs : Essai anthropologique de voyages*, Québec, Presse Universitaire de l'Université Laval, 2004
- MICHEL Franck, *Routes, Éloge de l'Autonomie ; Une anthropologie du voyage, du nomadisme et de l'autonomie*. Québec, Presse Universitaire de l'Université Laval, 2009
- MICHEL Franck. et Furt Jean-Marie, *Tourisme et Identités*, Paris, L'Harmattan, 2006

- MICHEL Franck. et Furt Jean-Marie, *L'identité au coeur du voyage*. Tourisme et Identités 2, Paris, L'Harmattan, 2007
- MICHEL Franck, *Voyage au bout de la route : Essai de socio-anthropologie*, La Tour d'Aigues, L'Aube, 2004
- Dictionnaire des méthodes qualitatives en sciences humaines et sociales* / Sous la dir. de MUCCHIELLI, Alex, Paris : Armand Colin, 3^e Ed. mise à jour et augmentée, 2009
- MUCCHIELLI Alex, *Les méthodes qualitatives*, Paris, Presses Universitaires de France, 1991
- ORIGET DU CLUZEAU Claude, *Le tourisme culturel*, Paris, Presses Universitaires de France, 2005
- RICOEUR Paul, *Soi même comme un autre*, « Collection Points Essais », Paris, Seuil , 1996
- ROMANO Claude, *L'événement et le monde*, «Collection Épiméthée Essais Philosophiques», Paris, Presses universitaires de France, 1998
- SAÏDI Habib, *Touristes québécois en Tunisie et patrimoine du « soi authentique »*, Ethnologie française, Vol. XL, 3, p. 469-476, 2010
- SAÏDI Habib, « *Silence, on re-tourne: Théât-réalité et re-tourisme en Tunisie* », Anthropologie et Sociétés, Vol. 29, 3, p. 185-205, 2006
- DE SINGLY François, *L'enquête et ses méthodes : Le questionnaire*, Paris, Nathan, 1992
- URBAIN Jean-Didier, *Ethnologue, mais pas trop : ethnologie de proximité, voyages secrets et autres expéditions minuscules*, « Collection Petite Bibliothèque », Paris, Payot & Rivages, 2003
- URBAIN Jean-Didier, *L'Idiot du voyage, histoires de touristes*. « Collection Petite Bibliothèque », Paris, Payot & Rivages, 1991
- URRY John, *Sociologie des mobilités : Une nouvelle frontière pour la sociologie ?* Paris, Armand Colin, 2005
- URRY John, « *The tourist gaze revisited* ». The American Behavioral Scientist, Vol. 36, 2, p.172-186, 1992
- URRY John, « *The tourist gaze : Leisure and travel in contemporary societies* », « Collection Theory, culture & society », London, Sage Publications, , 1990
- WANG Ning, « *Rethinking Authenticity in Tourism Experience* », Annals of Tourism Research, Vol. 26, 2, p. 349-370, 1999

Médiagraphie

ICOFOM, Museology : back to basics. 32^e Symposium annuel de l'Icofom, ICOFOM study séries 38, Juin 2009. [en ligne]. Disponible sur : < <http://www.icofom.com.ar/forms/ISS%20ICOFOM%20STUDY%20SERIES%2038.pdf> > (consulté le 8 juillet 2011)

MICHEL Franck, « Mieux routard que jamais! ». L'autre voie [en ligne]. n° 1 (2005). Disponible sur Déroutes et Détours : < <http://www.deroutes.com/AV1/num1.htm> > (consulté le 2 avril 2010)

4.9. Anthropologie participante : quand l'anthropologue se fait guide touristique

Involving anthropology : when the anthropologist becomes a tour guide

Frédérique GUYADER

Université de Provence Aix-Marseille I

Frédérique GUYADER (guyader_frederique@yahoo.fr) est doctorante en anthropologie à l'Université de Provence Aix-Marseille I, Frédérique Guyader consacre l'intégralité de ses travaux à l'influence du tourisme à Lijiang (Yunnan, Chine). Son travail de terrain s'articule autour de la recomposition du social et de la politique culturelle de cette région. Elle est par ailleurs membre du bureau de l'Association Française des Anthropologues et du CA de l'Association Française d'Ethnologie et d'Anthropologie.

Résumé

Depuis le milieu des années 1990, le tourisme de Lijiang s'est peu à peu imposé comme un tourisme de masse. La majorité des touristes arrivent par le biais d'agences de voyage et sont accompagnés de guides. Les touristes occidentaux viennent parfois en comité restreint et cherchent des guides locaux. Au cours de l'un de mes séjours terrains, il m'a été possible d'être le guide d'un groupe de ces touristes. Cela m'a permis à la fois d'appréhender sous un autre angle, non pas les représentations des naxi touristifiés, mais celles des touristes et d'appréhender les composantes sous-jacentes à la relation guide- client.

Mots clés : anthropologie participante, réflexivité, tourisme

Abstract

Since the mid-1990s, tourism in Lijiang has gradually established itself as a mass tourism. Most of the tourists comes through a travel agency and go with a guide. Western tourists travel sometimes in small group and usually try to find a local guide. During one of my fieldworks, I had the opportunity to become the guide of a tour group. For me, it was a different perspective to understand the representation of the tourists and to access the underlying components to guide-client relationship.

Key words : involving anthropology, reflexivity, tourism

La province du Yunnan regroupe un grand nombre de minorités ethniques de Chine, dont les Naxi. Ces derniers vivent principalement dans la région de Lijiang, ville située à la limite du plateau tibétain. Le style architectural des maisons ainsi que l'agencement de la ville en tant que témoignage culturel, ont justifié son inscription au Patrimoine mondial de l'Unesco en 1997, suite au tremblement de terre de 1996 qui endommagea un grand nombre de bâtisses de la ville.

Consécutivement à cette inscription, la ville a bénéficié d'un essor exponentiel de l'industrie touristique, devenue à partir du milieu des années 1990, une industrie majeure. Cependant, le tourisme occidental ne fut jamais très important dans la région surtout si on le compare au tourisme intérieur qui représente plus de 90% de la fréquentation. Ainsi, en dix ans, la vieille ville de Lijiang a vu accroître le nombre de visiteurs de 1 233 200 en 1997 à 4 600 000 en 2007. Cet accroissement s'est accompagné d'une augmentation des revenus engendrés par le tourisme de 17,47 milliards de yuan en 1997 à 46,29 milliards de yuan en 2007 (Mission Unesco-Icomos 2008). Les touristes viennent majoritairement en groupe et ils visitent les différents lieux accompagnés d'un guide. La relation guide – client est une dimension importante des échanges que l'on peut observer dans le cadre du tourisme. Celle-ci conjugue à la fois les attentes des touristes mais implique également des positionnements fluctuants de la part des différents acteurs.

I. Des attentes à la réalité : la confusion des désirs

Le tourisme de Lijiang est fondé en grande partie sur la culture locale, à savoir celle de la minorité nationale naxi. Ce tourisme culturel représente pour les institutions internationales, telles l'UNESCO, un moyen de préserver le patrimoine et d'apporter de nouvelles devises aux pays en développement, dont la Chine. « L'UNESCO, classant au Patrimoine Mondial de l'Humanité et sites historiques et naturels les plus remarquables, accompagne et amplifie le processus d'appropriation par les visiteurs des lieux à voir – *videnda* ou *sight seeing*. C'est parce qu'ils sont exceptionnels et tout à fait dignes d'être vus que les hommes sont invités à les sauvegarder. L'UNESCO donne à ces sites une notoriété ou au moins une consécration » (Boyer, 2002 :401). En inscrivant la vieille ville de Lijiang au Patrimoine Mondial, l'Unesco a mis en lumière cette ville au niveau international, ceci a eu pour effet d'insuffler, de redynamiser un essor économique. « Forts de cette reconnaissance par l'UNESCO, les bureaux de tourisme locaux, provinciaux et nationaux s'affairèrent plus que jamais à vendre Lijiang. Cet effort se trouva stimulé par plusieurs visites très médiatisées de la part de hauts dignitaires, incluant le Président Jiang Zemin, et le premier ministre Li Peng, sans parler du

roi et de la reine de Norvège » (McKhann, 2001 :39). Perçu comme « bon » pour les villes concernées, le tourisme culturel allie développement économique et visite du patrimoine. « Le tourisme, par son origine et son essence, a valeur formatrice. Inculquée à l'école, soutenue par les médias, cette fonction du tourisme est la garantie que les sites et les populations d'accueil ne peuvent qu'être bénéficiaires de la venue de touristes de plus en plus nombreux » (Boyer, 2002 : 401). On observe ainsi une relation étroite entre tourisme et patrimoine culturel. Lors de l'élaboration de la politique de développement de la région de Lijiang, les politiques de l'époque ont ainsi choisi d'associer tourisme et culture traditionnelle : « la culture dongba est le principal support de la tradition culturelle naxi, elle a encore une grande influence sur la société naxi et le monde spirituel des Naxi. Ses très nombreux tomes d'écriture classique pictographique, les dessins, la musique populaire, les danses ainsi que des dizaines de rites pour les sacrifices, forment une impressionnante et originale merveille de civilisation qui est à présent la plus importante des ressources touristiques de Lijiang¹³⁷» (Yang, 2005 :17). La mise en place de la politique culturelle s'est faite en relation étroite avec le développement du tourisme de la ville. Le tourisme apparaît d'emblée comme le moyen utilisé et justifié par les politiques locaux, pour valoriser et protéger les traditions naxi. La dimension économique sous-tendue par l'activité touristique s'imisce ainsi dans la construction de la perception du patrimoine culturel, devenant, au fur et à mesure de sa rentabilité touristique, un objet économique. Lijiang a bénéficié d'une croissance touristique exceptionnelle, qui amena le conseiller de l'UNESCO pour la région Asie-Pacifique à qualifier dès 1999 cette croissance comme étant « hors de contrôle » (IHT 1999). La venue massive des touristes a induit un accroissement des infrastructures d'accueil (hôtels, restaurants, *guesthouses*, bars,...). Ces infrastructures de luxe ou semi-luxe se situent à l'écart des lieux de résidence des habitants de Lijiang. Les touristes, quant à eux, logent majoritairement entre eux, constituant une « utopie concrète¹³⁸ ». En dehors des rapports clients-commerçants, les rapports entre touristes et locaux sont très épisodiques. Les touristes chinois ont tendance à expliquer cette distance par la conviction qu'ils ont que les Naxi ne parlent pas le mandarin. En ce qui concerne les

¹³⁷ « 东巴文化是纳西传统文化的主要载体，它对纳西族社会和纳西人的心灵世界有重大影响，其卷帙浩繁的万卷图画象形文经典，绘画，音东舞蹈以及数十个祭祀仪式，形成样样大观而独特的人文奇观，是目前丽江最重要的旅游资源之一。 » (Yang, 2005 :17)

¹³⁸ Terme emprunté à Georges Cazes, dans son ouvrage intitulé les Nouvelles Colonies de Vacances. Dans cet ouvrage, Georges Cazes montre la volonté de la part des touristes de se tenir à l'écart des indigènes. Ce phénomène se développa au cours de la seconde moitié du XXème siècle, où un nouveau courant touristique emmène les touristes occidentaux, vers le « soleil ».

touristes occidentaux, cela s'explique le plus souvent par une non-maîtrise de la langue chinoise et une faible possibilité de communiquer en anglais avec les habitants de Lijiang, ce qui crée souvent chez eux un sentiment mêlant à la fois impuissance et désorientation. Ils n'ont pour ainsi dire pas d'autres possibilités que celle de faire appel à un guide officiel ou non.

Pour Jean-Didier Urbain (1993), les motivations culturelles revendiquées par les touristes correspondent le plus souvent à un alibi plutôt qu'à un mobile. La motivation culturelle apparaît comme une justification à la possibilité d'exercer une pratique. Au cours de mon enquête, j'ai pu observer une différence entre les attentes des touristes chinois, souhaitant faire une coupure avec leur vie moderne stressante, et les touristes occidentaux, à la recherche d'une certaine authenticité. Les touristes occidentaux arrivent à Lijiang avec une définition de ce qu'est l'authenticité. Cette construction de la représentation de l'authenticité se fait en partie via les médias et les références qu'ils utilisent pour choisir de se rendre à tel ou tel endroit. Lors des différents entretiens que j'ai mené avec des groupes de touristes occidentaux qui se rendaient à Lijiang, soit par le biais d'agence, soit par eux mêmes, tous mentionnaient le fait que la vieille ville de Lijiang était inscrite au Patrimoine Mondial de l'UNESCO. Cette inscription avait pour particularité de cautionner l'image préservée d'une civilisation figée. Dans cette considération, l'UNESCO agit en tant qu'instance de référence, légitimant leur propre construction de l'authenticité, qui est au cœur des attentes qui nourrissent le pré-voyage.

J'emploie ici le préfixe « pré » en référence aux travaux d'Arnold Van Gennep. Dans son ouvrage intitulé *Les rites de passage* (1909), il explique que tout rite de passage comporte trois temps : préliminaire, liminaire et post-liminaire. Par effet de miroir, l'acteur peut parler de trois temps : celui de la séparation, de la marge (correspondant à l'entre-deux) et celui de l'agrégation (à un nouvel état). Au cours de mes différents entretiens, tous les touristes exprimaient l'idée que le voyage constituait un moment non-ordinaire, comparativement à leur vie moderne ordinaire. Il y a la volonté que se crée durant un laps de temps éphémère, séparé de l'habituel, un autre, un ailleurs. La structure temporalisée d'un changement d'état, incarné par le tourisme, se dessine comme une projection ritualisée d'une vie sublimée. « Le tourisme est un rituel moderne (MacCannell, 1976 :13) dans lequel la populace « s'éloigne d'un tout », le « tout » étant inhérent à tous les jours ordinaires, la vie mondaine, en particulier les emplois incluant des lieux de travail, les devoirs et travaux ménagers. [...] Ainsi, il [le tourisme] a un début, une période de séparation caractérisée par « voyager loin de la maison »,

un milieu correspondant à une période à durée limitée, une expérience d'un « changement » dans un lieu non-ordinaire, et une fin, le retour à la maison et au travail industriel. Ainsi, la structure du tourisme est essentiellement identique à la structure de tous les comportements rituels ¹³⁹» (Graburn, 1983 : 11-12). Dans cette considération rituelle du tourisme, il est important de prendre en considération les motivations et les mécanismes en jeu dans le comportement des touristes. Selon Turner (1969), les inversions rituelles impliquent lors de situations rituelles, dont le tourisme, une modification, une mise en suspens de significations et règles de comportement « ordinaires » allant parfois jusqu'à une inversion. Ces inversions, caractérisant le comportement touristique, se constituent selon des pôles opposés d'un continuum. L'une de ces inversions majeures est la dualité modernité/histoire, impliquant souvent la dimension implicite d'urbanisme. Cette inversion prend sens dans le cadre du tourisme présent à Lijiang, où l'un des éléments représentatifs quant à la décision de leur venue est l'architecture et la culture ancienne visibles à Lijiang.

Pouvant faire l'expérience d'être guide, j'ai accepté, afin d'avoir accès à des représentations plurielles qui ne me seraient peut être pas apparues de manière aussi claires par le biais d'entretiens. Dans cet espace « touristifié » (Picard, 1992), l'expérience touristique se fait l'écho d'une rencontre éphémère et planifiée. Les rencontres et découvertes étaient organisées par mes soins en fonction de la demande du groupe de touristes français. De ce fait, la construction personnelle que j'avais de la culture naxi se retrouvait déplacée, fractionnée, pour devenir leur nouvelle construction, celle qu'ils souhaitaient découvrir. Lors des échanges préparatoires que j'ai eu avec un groupe de touristes français, ils m'ont fait part de leurs désirs concernant ce séjour. Logeant dans un hôtel de grand standing de la vieille ville, ils souhaitaient au cours de leur séjour de quatre jours faire des randonnées, voir de jolis paysages. Ils envisageaient la région de Lijiang sous un angle brut, non moderne. Afin de parfaire leur idée de voyage, ils avaient regardé un certain nombre de sites internet pour se créer une connaissance du lieu qu'ils allaient visiter. Il est vrai que beaucoup de ces sites de voyage ou parlant de voyage présentent Lijiang comme ayant relativement peu de touristes dans les rues. Il n'est pas rare d'y voir des photos de rues désertes de la vieille ville. Associée à la minorité naxi, la vieille ville de Lijiang est présentée comme ancienne, calme. Selon eux,

¹³⁹ « Tourism is a « modern ritual » (MacCannell, 1976 : 13) in which the « populace » get away from it all, the « it all » being ordinary workaday , mundane life, particular work, which includes the workplace, homework and housework. [...] Thus it has a beginning, a period of separation characterized by « travel far away from home » ; a middle period of limited duration, to experience a « change » in a non-ordinary place, and an end, a return to the home and the workaday. Thus the structure of tourism is basically identical with the structure of all ritual behavior. » (Graburn, 1983 : 11-12).

le fait que Lijiang soit inscrite au Patrimoine Mondial de l'UNESCO ne pouvait qu'accréditer cela. A leur arrivée, ils se sont rendus compte concrètement du décalage entre la réalité et l'image véhiculée de la ville, le cautionnement supposé de l'UNESCO et plus largement l'image qu'ils s'étaient construits autour d'une faible fréquentation du lieu, d'une authenticité. S'en suivait une première phase où la déception s'articulait avec une rhétorique du vrai, de l'authentique qu'ils découvraient falsifié.

Face au grand nombre de touristes présents, ils se sont sentis « trompés », cherchant à tout prix à fuir ce « Disneyland ». Leur première réaction fut un rejet général, du lieu, des « habitants » qui laissaient cette sur-fréquentation altérer l'authenticité de la ville mais aussi leur identité culturelle. Ils associaient le nombre important de visiteurs à une déperdition identitaire. Ils voulurent alors faire l'expérience de l'authentique. La demande initiale a donc été quelque peu modifiée, ils souhaitaient « *voir des gens qui ne vivent pas comme nous* ». Pour cela, il fallait voir ce qui était différent, se confronter à une façon de vivre apparente qui n'était pas la leur ; ils voulaient aussi être unique, « *les seuls présents* ». La connaissance de la culture au travers d'un discours était peu importante, ce qui importait était la découverte d'un Autre par l'observation. Ils ne souhaitaient pas avoir de contact avec les résidents : pour les conducteurs, il fallait que ces derniers soient discrets, civilisés, pour les achats, il fallait faire attention et « *arnaquer les arnaqueurs* ». Quoiqu'il en soit, il fallait qu'ils ne soient pas perdants. Les désagréments dans leur globalité étaient fuis, ce qui passait notamment par un sentiment de victoire après la négociation d'un prix pour un ou plusieurs articles pour touristes. Ce sentiment d'avoir fait une bonne affaire, d'avoir évité de « *se faire avoir comme tous les touristes* » les valorisait. Leur discours montrait à la fois un sentiment de supériorité mélangé à une volonté d'être ceux qui découvrent. Leur construction de la culture naxi et de la ville de Lijiang s'élaborait à partir d'un pôle opposé : celui de leur quotidien, qu'ils fuyaient et qui constituait leur cadre habituel de repères qu'ils projetaient sur l'expérience vécue.

Le fait d'être guide fixait ma relation avec eux dans un cadre employé-employeurs. De ce fait, je devais leur fournir une prestation contre un salaire, fixé selon les tarifs habituels, soit 300 yuan par jour, ou 1200 yuan au total. Nous avons visité les sites dont ils avaient entendu parler : à savoir les plus touristiques. Le dernier jour, ils ont souhaité se rendre au Lac de Lashi hai, situé près de Lijiang. J'ai donc négocié discrètement le prix de la course auprès d'un conducteur de taxi naxi. Durant tout le trajet, le plus jeune homme du groupe n'a cessé de s'énerver contre le chauffeur, le critiquant sur sa non-civilité, caractérisée par le fait que ce

dernier chantait en conduisant, fumait dans la voiture, parlait trop fort et crachait par la fenêtre. Ses propos sont devenus plus véhéments lors du trajet retour, menaçant même de faire arrêter la voiture, car il « *ne le supportait plus* », ayant « *envie de lui en coller une* ». Au cours de cette même journée, nous avons effectué une randonnée au cours de laquelle j'ai pu observer une distorsion entre la représentation qu'ils avaient de la « Chine profonde » et la réalité. Ils recherchaient sans relâche des éléments montrant des façons de vivre différentes. De ce fait, la présence de paraboles ou de voitures relativement récentes, même dans des villages éloignés, signifiait pour eux une modernité qu'ils rejetaient. Mon rôle étant, dans cette relation là, de leur vendre ce qu'ils étaient venus chercher, je leur ai présenté les spécificités de la distribution des tâches au sein de la famille naxi, précisant que le plus souvent, la femme travaille et gère l'argent de la famille, l'homme cultivant son réseau social. Mes clients ont alors commencé à me poser de plus en plus de questions concernant la culture naxi. Le discours, que je tenais, participait à leur réinterprétation de ce qu'ils pouvaient voir. Ils ont alors commencé à faire de l'humour, utilisant les spécificités locales qu'ils transposaient sur leurs propres comportements ou, plus largement, à ceux des français. Cet épisode eut pour effet de froisser la sensibilité des femmes présentes qui n'appréciaient guère les remarques des hommes. Cet agacement restait néanmoins relativement contenu, même si de plus en plus visible au cours du séjour, allant jusqu'à frôler des disputes. Cependant, cette réappropriation d'éléments sociaux naxi participait à défaire le processus de déception amorcé lors de leur arrivée. Ils pouvaient nourrir leur imaginaire de pureté et d'exotisme antique. La construction de repères ou plutôt la transposition de non repères était utilisée pour correspondre à ceux créés avant le séjour. Au travers de cette anecdote s'élaborait un tissage rhétorique de l'authentique : les Naxi étaient vraiment différents d'eux, ils avaient finalement vu une population encore authentique. Ils s'ouvrirent alors à la possibilité que « tout n'était pas comme Lijiang », et que dans certains endroits la pauvreté était plus présente. Dans leur discours, la pauvreté apparaissait aux antipodes de la civilisation, et constituait un point nécessaire à leur image du vrai, de l'authentique. C'est par cette image de ce qui n'est pas « eux » qu'ils percevaient l'expérience d'un ailleurs. Cette expérience ne se faisait pas par des échanges d'individu à individu, puisque l'Autre était quasi inexistant, mais elle se créait à partir d'éléments choisis comme étant caractéristiques de ce qu'ils imaginaient. Ce voyage comportait la volonté sous-jacente de satisfaire à leur imaginaire, à leur volonté de vivre quelque chose de mieux que leur ordinaire. Les éléments retenus participaient d'une construction de la culture naxi qui se retrouvait biaisée par cet imaginaire et, de ce fait, était nourrit par la nécessité de se tromper soi-même. Ce qui était commun, moderne était rejeté,

pour être finalement occulté, afin de parfaire leur rhétorique de l'authentique, d'inverser leur mécanisme de déception et ainsi avoir vécu un moment extra-ordinaire.

II. L'imbrication des présentations

S'attacher à l'étude du tourisme de Lijiang, m'avait surtout posé question quant au fait de dépasser mon statut de touriste auprès de mes informateurs pour me positionner en tant qu'anthropologue. Accepter d'être la guide d'un groupe de français supposait un nouveau questionnement sur ma position implicite de chercheur. En effet, bien qu'ayant stipulé les raisons de ma présence à Lijiang et présenté brièvement mes recherches, je cherchais à atténuer le fait de faire une thèse sur le tourisme à Lijiang. Souhaitant faire l'expérience d'être guide et voir ce que cela pouvait impliquer, j'ai délibérément choisi de ne pas me positionner en tant qu'anthropologue. Ceci pour plusieurs raisons : tout d'abord le métier d'anthropologue est relativement méconnu ce qui impliquait une superposition représentationnelle de ce que je faisais et de ce que j'étais susceptible d'apporter. Le fait de me positionner en tant que guide diminuait cet aspect. Je pouvais ainsi correspondre plus facilement à ce qu'ils connaissaient. Deuxièmement, le fait de me positionner comme scientifique pouvait induire auprès des personnes le sentiment d'être jugé. Enfin, la relation guide-client induit une dimension économique qui m'aurait été plus difficile à gérer si je me revendiquais comme anthropologue, car exacerbant des motivations opposées.

Comme le stipule P.E. De Josselin de Jong (1956) dans son article intitulé « The participant's view of their culture », l'anthropologue cherche à comprendre les faits, regroupés et analysés, et qui sont fondamentaux à une culture donnée. Il n'y a pas et ne peut y avoir d'élaboration d'idéaux ou d'illusions, contrairement à ce qui se passe chez les touristes. « L'anthropologue peut décrire un tel idéal, et les réactions des participants remarquent des déviations de cela »¹⁴⁰ (De Josselin de Jong, 1956:234). La relation ethnographique est à appréhender en terme d'interactions. Le chercheur ne peut donc seul biaiser cette interaction. L'informateur est à considérer comme un agent rendant possible un travail de découverte ou de décodage objectif de réalités sociales. Ces réalités sont mouvantes, fluctuantes, elles sont en perpétuels changements et s'expriment au sein même d'un rapport d'échanges. Contrairement aux situations que j'avais pu connaître précédemment en tant qu'anthropologue, l'échange monétaire représentait une dimension non négligeable dans ce rapport guide-client. En effet, celui-ci cristallisait des motivations contraires ; j'étais payée pour montrer une certaine image

¹⁴⁰ «The anthropologist can describe such an ideal, and the participant's reactions to striking deviations from it» (De Josselin de Jong, 1956:234)

de la culture que j'essayais d'étudier avec le plus d'objectivité possible, et le fait que les touristes me payent impliquait une exigence de satisfaction de leur part.

Le fait d'être française, comme eux, constituait un point commun, et supposait une communauté de codes. Afin d'expliquer les raisons de ma présence à Lijiang, je leur avais vaguement précisé que j'y avais effectué plusieurs séjours dans le cadre de travaux portant sur la culture naxi. Notre communauté de nation créait une bulle d'habitudes françaises au cœur d'un ailleurs. A titre d'exemple, lorsque nous nous retrouvions le matin, nous avons conservé l'habitude de nous faire la bise pour nous dire bonjour. Il y avait une volonté de pérenniser des pratiques sociales communes, renforçant illusoirement un sentiment de proximité.

Les échanges que nous avons eus étaient assez unidirectionnels. Il était courant qu'au cours des excursions que nous faisions, ils me confiaient des anecdotes ou ressentis de leur vie en France. Ils me parlaient de leur passé, de leurs amis... Ils cherchaient à me faire connaître leurs vies, qui ils étaient. A contrario, ils ne me posaient que des questions relativement vagues sur mes connaissances de la culture naxi. Étrangement, leur investissement apparent dans la relation se faisait l'écho d'un contrôle de la relation. De la même manière qu'ils me payaient pour leur faire découvrir les alentours de Lijiang, ils me payaient pour une agréable compagnie. Le fait de me confier des choses plus ou moins personnelles semblait protégé également par cet échange monétaire, comme sous le sceau d'un contrat tacite : ce qui était dit durant ce laps de temps éphémère demeurerait dans cette intimité elle-même éphémère. Tout ceci sous-tendu par la tromperie consciente et réciproque où chacun laissait entendre la possibilité d'un échange de contacts ultérieurs.

Au cours de ce séjour, j'ai pu noter la valeur qu'ils donnaient à mes propos. Le guide est celui qui a la connaissance et il n'y a aucune remise en question de son savoir. Ceci apparaît selon une certaine généralité. A titre d'exemple, je m'étais approchée un après-midi d'un groupe de touristes francophones afin d'entendre ce que leur disait leur guide chinois. Ce dernier leur décrivait les puits naxi et l'usage qui en est fait : l'eau se déverse dans un premier bassin, où l'on puise l'eau pour la cuisson ou pour s'abreuver, puis elle se déverse dans un second bassin, utilisé pour nettoyer les aliments, et enfin l'eau du troisième bassin est utilisée pour laver les vêtements. Cependant, le guide chinois a inversé l'ordre des bassins, se trompant ainsi dans l'usage fait de l'eau. Dans cette configuration, l'eau, que l'on boit, était utilisée auparavant pour laver les vêtements et les légumes. Bien que les touristes écoutaient ses propos, certains prenant même des notes, aucun d'entre eux n'a émis la moindre réaction ou posé la moindre question suite à cette erreur, qui apparaissait somme toute évidente. La parole du guide n'est

jamais remise en doute. De manière générale, les occidentaux qui se rendent à Lijiang en vacances ne parlent pas le mandarin, il leur est très difficile de communiquer avec les locaux, qui parlent rarement l'anglais. La relation instaurée entre le guide et les touristes qu'il accompagne, est polymorphe. Une certaine dépendance s'instaure vis-à-vis du guide qui a, à la fois, un rôle d'interprète et de protecteur, car il a en charge les touristes qu'il encadre. En cela, les clients lui confèrent un pouvoir : il est celui qui prend soin d'eux ; qui durant un laps de temps relativement court, va les guider au sens propre du terme. Cette relation est construite de manière bilatérale. Les touristes payent pour une prestation et en exigent une qualité en adéquation avec la représentation qu'ils s'en sont faite. L'écart entre la somme versée et la représentation élaborée de la prestation détermine la satisfaction du client : moins il y a d'écart entre la somme versée et la représentation du séjour et plus le client est satisfait. Cette satisfaction se répercute directement au niveau des rapports avec le guide ; en cas d'insatisfaction, le guide apparaît comme celui qui doit répondre aux exigences des clients.

Lors d'une randonnée effectuée avec le groupe de touristes, la femme la plus âgée du groupe souhaita se rendre aux toilettes. Le problème majeur était le lieu. Nous étions en pleine forêt, il n'y avait pas de toilettes à disposition. Néanmoins, elle insista pour pouvoir se rendre rapidement dans des toilettes « *propres* ». De part les infrastructures environnantes, je ne pouvais répondre à cette exigence. Bien qu'elle en était parfaitement consciente, une part d'elle exigeait d'obtenir ce qu'elle souhaitait. Il y a un rapport de domination qui se crée par la nature même de l'échange de service, conditionné par l'évaluation subjective de leur satisfaction. Ce rapport de domination est régulé par le sentiment de dépendance envers le guide. Ce dernier peut s'apparenter à une forme de soumission ambivalente à l'autorité. Les clients veulent satisfaire leur imaginaire, le fait de payer pour cela les place selon eux dans la position de pouvoir légitimement exiger. Cependant, leur faible maîtrise des lieux, de la langue et plus largement leur absence quasi-totale de repères les placent de fait dans une position de non-pouvoir. Ils se soumettent alors généralement aux décisions du guide, qui en retour, cherche au mieux à les satisfaire. La relation se fonde sur l'acceptation réciproque de doubles jeux. L'authenticité demeure le leitmotiv, la quête secrète de ce tourisme culturel. Chacun se trompe soi-même afin que la confrontation de chacun de leur authenticité soit satisfaite. Mais la réussite d'un séjour n'est possible que par la sublimation illusoire du séjour dans toutes ses composantes : sublimation de soi, par rapport à cet Autre ; découverte d'une parodie d'authenticité sponsorisée par nos soins. Ces diverses composantes participent à la création d'une authenticité contrôlée par les clients.

Cette expérience en tant que guide a été enrichissante pour mon enquête et m'a permis d'accéder à des représentations diverses qui ne me seraient peut être pas apparues de manière aussi claires par le biais d'entretiens. Bien que leur séjour fut court et en inadéquation avec leur représentation initiale de la ville, leurs impressions finales étaient très positives : « *on a enfin vu des gens qui ne vivent pas comme nous* ». La mise à distance initiale a perduré, mais a été remaniée, fantasmée. La plus jeune femme avait une grand-mère qui portait un bracelet de Jade, elle émit alors l'hypothèse qu'un(e) de ses ancêtres a pu être chinois(e). Cette conclusion ne s'accompagnait pas d'une envie d'effectuer des recherches généalogiques, mais s'apparentait plutôt à une information à communiquer, agrémentant également sur un plan familial une expérience d'un ailleurs. Cette expérience de l'ailleurs prenait la forme d'un récit élaboré non pas à partir de l'expérience même, mais plutôt à partir d'éléments susceptibles d'intéresser leur auditoire futur. Ils effectuaient ainsi une sélection et une réinvention mnésique des faits, afin de se créer une expérience subjective commune.

Cette immersion parmi les acteurs du tourisme m'a permis d'appréhender plus en détails ce qui constitue toutes les facettes du métier de guide. Mais plus encore, cela m'a amené à démystifier l'apport éventuel que l'on peut transmettre par le partage d'une connaissance. La connaissance du guide se doit de correspondre aux désirs sous-tendus par une subjectivité partagée.

En conclusion, cette expérience relationnelle, liée à mon enquête de terrain, m'a amenée à me repositionner continuellement vis-à-vis de moi-même et de mes interlocuteurs touristes et naxi. Elle m'a permis d'apporter une nouvelle dimension réflexive à mon enquête de terrain et à mieux comprendre ce qui sous-tend les repositionnements constants liés à la pratique du terrain. Que ce soit auprès de touristes ou auprès de Naxi, j'ai cherché toujours à maintenir une distance relationnelle et émotionnelle avec mes eux. Cet équilibre a été synonyme de flexibilité. Je me suis adaptée en fonction des situations et des positionnements de mes informateurs, oscillant sans cesse entre proximité et recul. Par un effet de retour, cela a contribué à me pousser dans une certaine solitude, qui m'a permis également de me recentrer. Chaque interaction a exigé une maîtrise de moi-même pour que je puisse maintenir cette juste distance. A partir de cet équilibre fluctuant, j'ai été en mesure de découvrir l'Autre à la fois de l'intérieur et de l'extérieur. Ces adaptations et ajustements constants ont été essentiels tout au long de mon étude et m'ont obligé à redéfinir sans cesse ma pratique et mes objectifs.

Bibliographie

BOYER Marc, « *Comment étudier le tourisme ?* », Ethnologie Française : Touriste /autochtone : qui est l'étranger, pp.393-404, 2002 / 3.

CAZES Georges, *Les Nouvelles Colonies de Vacances ? À la conquête du Tiers Monde*, Editions l'Harmattan, collection Tourisme et société, Paris, 1989.

DE JOSSELIN DE JONG P.E., « *The participant's view of their culture* » in DE JOSSELIN DE JONG P.E (dir) *Structural anthropology in the Netherlands*, Foris publications Holland/USA, pp 251- 252, 1983 [1956].

GRABURN Nelson, « *The anthropology of tourism* », Annals of tourism research , vol. 10 pp 9-33,1983.

IHT (International Herald Tribune), « *In China, City's Fame Brings Tourists and Hassles* », 11-12 décembre : 19, 1999

MCKHANN Charles F., « *Tourisme de masse et identité sur les marchés sino-tibétains: réflexion d'un observateur* » in Anthropologie et sociétés, vol. 25, n°2, pp.35-54, 2001

PICARD Michel, Bali, *Tourisme culturel et culture touristique*, Paris, L'Harmattan, 1992

TURNER Victor, *The ritual process*, Chicago Aldine, 1969.

UNESCO, Unesco WHC-Icomos Reactive Monitoring Mission to the Old Town of Lijiang, China ,2008: <http://whc.unesco.org/fr/list/811/documents/>

VAN GENNEP Arnold, *Les rites de passage*, A. et J. Picard, Paris, [1909] 1992

YANG Fuquan 杨福泉, *lüyou he wenhua pian:cehua lijiang* 旅游和文化篇策划丽江, The ethnic publishing house, 2005.

CINQUIEME CHAPITRE

Médiations et réflexivités

Mediations and reflexivities

Les médias de communication –texte, images fixes et animées, sons - ont joué un rôle important à la fois dans le développement du tourisme et dans son étude. Les nouveaux médias posent de nouvelles questions à la recherche. Par exemple, quelle est la place des médias sociaux dans les pratiques contemporaines ? Quels types d'informations circulent dans le monde virtuel et comment s'articulent-ils avec les pratiques physiques et matérielles ? Quelles connections, quels nœuds de circulation peut-on identifier ? Quelles sont les implications pour le tourisme et pour la recherche ?

Par-delà la dénonciation saisonnière des effets pervers du tourisme de masse, quelle place accorder aux discours critiques et aux évaluations mises en place par les touristes eux-mêmes ? Comment les institutions et les individus se saisissent-ils des outils des sciences sociales pour vendre leur destination ou réfléchir leurs pratiques ? L'exemple de la notion d'authenticité, devenue un concept commercial et un critère d'autoévaluation de l'expérience touristique, a-t-il vocation à se généraliser ? Comment étudier les circulations entre savoirs et discours savants, profanes, politiques, marchands ? Posture éthique ou posture critique ? Recherche appliquée ou recherche impliquée ? Faut-il travailler sur, dans, pour, avec, contre ? Comment le chercheur peut/doit-il se situer ? Au-delà de la fascination pour le tourisme concerné (solidaire, équitable, etc..), comment intègre-t-on la question éthique dans les tourism studies ? Est-ce un engagement du chercheur, ou est-ce son objet d'étude ? A quoi servent les *tourism studies* ?

5.1. La notion d'authenticité dans l'étude du tourisme communautaire en Amazonie équatorienne: quelles approches pour quels résultats ?

The concept of authenticity in the research of community tourism in the Ecuadorian Amazon: which approach for which results?

Julie CARPENTIER

Université Paris Ouest Nanterre La Défense

Doctorante en ethnologie à l'Université Paris Ouest Nanterre La Défense, Julie CARPENTIER (julie_carpentier@hotmail.fr) prépare actuellement une thèse sous la direction d'Anne-Christine Taylor intitulée : « *L'image de l'Indien à l'épreuve du temps, ou comment l'écotourisme en Equateur répond-t-il aux nouveaux enjeux du 21^{ème} siècle* ». Elle est également doctorante associée au Centre Enseignement et Recherche en Ethnologie Amérindienne (EREA) du laboratoire du LESC (UMR 7186), et chercheuse associée à l'Institut Français d'Etudes Andines (UMIFRE 17, CNRS-MAEE).

Résumé

L'objectif de cette communication consiste à questionner la notion d'authenticité telle qu'elle a été abordée depuis les années 70 afin de la resituer dans le contexte du tourisme communautaire en Amazonie équatorienne. A travers le discours des populations indigènes, nous cherchons à montrer que sa généralisation est essentiellement due à un phénomène de quête identitaire qui se traduit par le besoin de se réapproprier une culture et de la légitimer auprès de différents acteurs, ici touristiques.

Mots clés : Authenticité, tourisme communautaire, acteurs, identité, Amazonie

Abstract

The goal of this report consists of questioning the concept of authenticity as it has been approached since the 1970s, in order to relocate in the context of community tourism in the Ecuadorian Amazon. Through the accounts given by the indigenous population, we are trying to show that the generalization is essentially due to the phenomenon of identity search, resulting the need to recover and legitimize their culture to the people, in this case tourists.

Key words :Authenticity, Community tourism, actors, identity, Amazon.

I. Introduction

Au cours des quarante dernières années, la notion d'authenticité dans l'étude du tourisme est apparue centrale pour de nombreux chercheurs en sciences sociales (Barthel-Bouchier, 2001; Boorstin, 1961; Brown, 1996; Bruner, 1989, 1994; Chabra, Healy et Sills, 2003; Cohen, 1979, 1988, 2002; Cravatte, 2009 ; Daniel, 1996; Del Campo Tejedor, 2009 ; Ehrentraut, 1993; Fawcett et Cormack, 2001; Graham, 2001; Grunewald, 2002; Halewood et Hannam, 2001; Hamon et Dano, 2005; Harkin, 1995; Hughes, 1995; Lacy et Douglass, 2002; Lane et Waitt, 2001; Lau, 2009 ; Linnekin, 1991 ; Littrell, Anderson and Brown, 1993; McCannell, 1973, 1976; McIntosh et Prentice, 1999; Moscardo et Pearce, 1986; Pearce et Moscardo, 1985, 1986; Redfoot, 1984; Reisinger et Steiner, 2006; Salamone, 1997; Selwyn, 1996; Shepherd, 2002; Silver, 1993; Taylor, 2001; Turner and Manning, 1988; Waitt, 1999; Wang, 1997, 1999). Qu'est-ce que l'authenticité ? Comment définir ses frontières et analyser ses procédés ? Peut-elle se construire ? Qui décide de ce qui est authentique ? Est-ce une qualité des objets, des personnes, des événements visités, est-ce un état d'esprit ou un mode d'être à l'égard du tourisme? Est-elle objective ou expérientielle, universelle ou personnelle, est-ce une perception de celui qui regarde ou est-ce une définition de la communauté d'accueil ou bien s'agit-il d'une stratégie de marketing? Autant de questions traitées au cours des dernières années et dont les réponses apportées ont certes permis de définir, de manières différentes, cette notion d'authenticité, mais néanmoins sans parvenir à satisfaire l'ensemble des chercheurs s'intéressant à l'étude du tourisme. Selon Reisinger et Steiner, « L'étude du tourisme a fait de l'authenticité une question savante sans toutefois la moindre trace d'un consensus de ce que ce concept représente » (Reisinger et Steiner, 2006, p.65).

Les années 70 et les débuts de la crise de la modernité furent en partie l'élément déclencheur de cette « quête » épistémologique, laquelle est à mettre en relation avec les mouvements de manifestation contre le tourisme de masse, l'aliénation culturelle des peuples touristifiés et l'absence de « vrai » dans les pratiques touristiques. Très rapidement perçu comme l'antithèse de l'authenticité, le tourisme s'est alors très vite diversifié. Au cours des années 90, ses formes se sont multipliées, et se sont mises à proposer des alternatives dites plus « authentiques ». Ce fut par exemple le cas du tourisme communautaire, initié en Equateur à la fin des années 80 dans la communauté d'Agua Blanca et issu en droite ligne des nouvelles politiques de développement définies par le rapport Brundtland (1987) et le Sommet de Rio de Janeiro (1992). L'émergence du tourisme durable sur la scène internationale, ses principes relatifs au bien être et au respect des populations locales, n'ont fait que raviver les

questionnements liés à cette notion d'authenticité, aujourd'hui avant tout considérée comme un concept commercial et un moyen d'évaluer une expérience touristique (Hamon et Dano, 2005, p.3). Mais les particularités du tourisme communautaire amènent également à repenser l'utilisation de l'authenticité et à la resituer dans un contexte plus large, non uniquement confiné au principe de « marchandisation » comme l'a décrit MacCannell (1973, 1976). Si l'on se situe du point de vue autochtone, les enjeux politiques, sociaux, identitaires et culturels associés à la pratique du tourisme communautaire en Amazonie équatorienne sont indéniables et les valeurs liées à l'authenticité y jouent un rôle certain. Ce phénomène de quête identitaire se traduit par le besoin de se réapproprier une culture et de la légitimer auprès de différents acteurs, aujourd'hui avant tout touristiques. Il est ainsi possible de se demander si le phénomène touristique est à l'origine de ce processus d'authenticité généralisé. Ou bien si cette revendication d'authenticité est avant tout un argument politique aujourd'hui largement intégré au processus touristique lui-même.

La visée de cet article consiste avant tout à rouvrir le débat sur cette notion et à montrer, par le biais de l'analyse du tourisme communautaire en Amazonie équatorienne, que l'authenticité ne peut être considérée comme un concept figé, d'autant qu'elle touche des populations dont la particularité réside dans leur capacité/volonté à intégrer et à faire évoluer leurs pratiques culturelles. L'invention, l'incorporation, la récupération ou l'adaptation sont généralement perçues comme antinomiques aux principes de tradition ou d'authenticité à laquelle elle est souvent rattachée. Or, comme le rappelait Gérard Lenclud en 1987, « la tradition n'est plus ce qu'elle était... ». Mais qu'en est-il donc de l'authenticité ?

Considérant le point de vue allochtone et celui des promoteurs commerciaux (agences de voyage, tours opérateurs...), nous nous intéresserons tout particulièrement au discours des populations indigènes d'Amazonie équatorienne, en montrant notamment de quelle manière et pour quelles raisons elles se sont appropriées cette notion d'authenticité, laquelle, tout comme celle de culture, de tradition, d'ancestralité ou de patrimoine, ne possède pourtant aucun lien terminologique avec les langues locales autochtones. Afin de mieux comprendre l'état actuel de la recherche sur l'authenticité dans l'étude du tourisme, nous commencerons tout d'abord par évoquer succinctement les différentes approches scientifiques proposées depuis les années 70, dans le but notamment de mesurer leurs viabilités quant à l'étude des peuples autochtones investis dans le tourisme communautaire. Nous nous attacherons ensuite à l'analyse du processus d'authentification des sociétés indigènes au sein de cette activité, afin notamment de s'intéresser au phénomène de construction identitaire associé à cette pratique et de

s'interroger sur la manière dont la notion d'authenticité, dans ce cadre précis, pourrait être appréhendée.

II. La notion d'authenticité dans les études sociologiques relatives aux expériences touristiques.

Il ne s'agit pas ici de décrire les nombreuses études qui portent sur l'analyse de la notion d'authenticité au sein des études touristiques mais simplement de dégager, de la manière la plus claire et la moins réductrice possible, les quatre principaux courants qui ont marqué l'anthropologie depuis les années 1970 : l'objectivisme, le constructivisme, le postmodernisme et l'existentialisme. Cette démarche apparaît nécessaire à une meilleure compréhension épistémologique, aujourd'hui caractérisée par une ambiguïté certaine et un manque de stabilité notionnelle largement décrits par Cravatte dans son article « l'anthropologie du tourisme et l'authenticité » (2009).

Objectivisme

MacCannell (1973, 1976) est le premier à avoir introduit la notion d'authenticité au sein des études sur le tourisme, et plus précisément celle d'authenticité liée aux objets ou « object authenticity », expression utilisée pour décrire tant les artefacts que les événements. Son approche objectiviste/moderniste consiste à l'analyser dans sa dimension sociale en développant une théorie de « back region » et de « front region », basée sur l'étude de Goffman (1959) intitulée, « The presentation in self in everyday ». Selon MacCannell, la « back region » correspond à la « réalité », la « vérité » et « l'intimité » (nid familial), tandis que la « front region » est « fausse », « inventée » ou « recrée » (zone de contact entre autochtones et allochtones). Il s'intéresse ainsi à ce qu'il a appelé « staged authenticity » ou authenticité mise en scène/recréée, présentant le tourisme comme un produit de consommation typiquement occidental qui vend avant tout de l'imitation et ne donne finalement que l'illusion de vivre quelque chose d'authentique. Son travail a servi de référence à de nombreux travaux sur l'étude du tourisme mais, comme le signale WANG (1999, p. 354), il a également rencontré de vives critiques à partir des années 80, concernant notamment sa vision essentialiste et généraliste des choses (Bruner, 1989, p.113 ; Cohen, 1988, p.378 ; Handler et Linnekin, 1984, p. 286 ; Lanfant, 1989, p. 188 ; Spooner, 1986, p. 220-221 ; Wood, 1993, p. 58).

Constructivisme

Le courant constructiviste, qui est apparu au cours des années 80, reconsidère l'ontologie de l'authenticité en la présentant comme une relation construite, négociée, à laquelle peuvent être attribuées différentes interprétations et expérimentations. Selon Cohen (1988), les nouveautés culturelles peuvent acquérir un air d'authenticité avec le temps, ce qu'il définit par « authenticité émergente ». Au contraire de MacCannell, il insiste sur le fait que la connotation sociale de l'authenticité n'est pas donnée, « primitive », mais « négociable », expliquant ainsi le phénomène d'invention de la tradition et remettant en cause l'idée que la marchandisation liée à l'activité touristique détruit nécessairement les valeurs culturelles locales.

Postmodernisme

L'approche postmoderniste consiste quant à elle à déconstruire le concept d'authenticité et ne pas considérer l'inauthenticité comme un problème en soi. Umberto Eco (1986), à travers son ouvrage « Travels in hyperreality », représente un exemple typique de cette position postmoderniste lorsqu'il décrit le Parc de Disneyland et ce monde de fantaisie et d'imagination en s'interrogeant sur son aspect authentique, alors qu'aucun « original » ne permet la comparaison, donc la remise en question de son authenticité.

Existentialisme

La fin des années 90 fut marquée par un nouveau champ discursif, examinant les limites de « l'authenticité liée aux choses » et proposant un retour à une position basée sur une philosophie normative, différenciant l'expérience de l'objet touristique. Cette « authenticité existentielle » fut notamment analysée par Wang (1999). Ce dernier la présente comme une source alternative au tourisme permettant d'expliquer en plus grand nombre les expériences touristiques des allochtones, « chercheurs d'authenticité ». Reisinger et Steiner estiment, quant à elles, que la notion d'authenticité est encore trop floue pour prétendre s'élever au statut paradigmatique de concept et qu'elle devrait être remplacée par un ou des termes plus explicites et moins prétentieux (2006, p. 66). En se basant sur la philosophie de Heidegger, elles insistent sur la possibilité de concevoir l'authenticité sous un angle plus large permettant

de rassembler les points de vue des trois idéologies dominantes : l'objectivisme, le constructivisme et le postmodernisme, en insistant sur le fait que l'authenticité doit avant tout être définie en rapport avec ce que les gens ressentent face aux « objets » (2006, p. 74).

Les points de vue différents et parfois divergents qui caractérisent les courants que nous venons d'évoquer succinctement reflètent la difficile articulation notionnelle de l'authenticité. Cette dernière apparaît encore plus délicate à saisir si l'on s'attache à l'analyser dans le contexte du tourisme communautaire et en s'intéressant non pas au « ressenti » des touristes mais à celui des indigènes d'Amazonie équatorienne dont la manière de concevoir et d'utiliser ce processus d'authentification est bien éloigné des principes occidentaux.

Rappelons, par ailleurs, que l'opacité de l'authenticité est probablement due à l'utilisation généralisée, commercialisée et idéologisée dont elle fait l'objet. Doit-on simplifier alors la définition d'authenticité en lui attribuant seulement un sens concret (en relation avec ce qu'il y a de plus pur, de plus réel) lequel nous permettrait de l'adapter à l'ensemble des acteurs impliqués dans l'activité touristique mais surtout aux touristes occidentaux ? Peut-on se permettre d'opposer la vérité à l'artificialité en sachant que ces considérations touchent différemment le ressenti de chaque personne directement ou indirectement concernée (Del Campo Tejedor, 2009, p...) ?

En conclusion, il faut s'abstenir d'ignorer certaines perceptions et actions qui sont inhérentes à l'authenticité : les indigènes d'Amazonie par exemple sont de véritables acteurs du tourisme communautaire et, comme tels, leur manière d'exprimer et de concevoir leur culture mériterait d'être respectée dans la définition que les Occidentaux donnent du concept d'authenticité. Sachons surtout que cette notion reste floue pour la majorité des indigènes car leurs langues vernaculaires ne prennent pas en compte cette terminologie. Faut-il en conclure que l'authenticité n'existe pas pour ces populations ? Il serait plus juste d'admettre que, depuis la fin des années 80, elle est un concept nouveau, intégré, commercialisé, politisé, lequel revêt une signification identitaire importante, tant au niveau de l'activité touristique elle-même qu'au niveau des politiques nationales et internationales.

III. Le tourisme communautaire et le processus d'authentification des sociétés indigènes

Le tourisme communautaire s'est développé en Amazonie équatorienne au début des années 90 pour différentes raisons, à la fois d'ordre économique, culturel, politique et social. L'une d'entre elles était de trouver une alternative à l'activité touristique traditionnelle orchestrée par les agences de voyage, lesquelles avaient et ont tendance à utiliser l'image des

communautés locales pour vendre leurs destinations « exotiques », soit à proposer une visite chez les « indigènes » pour satisfaire une clientèle en quête d'une altérité conformiste. Les communautés, ne profitant que très peu des retombées économiques de ce tourisme ont donc décidé de développer et de gérer leur propre activité dans le but de faire partager leur culture et leurs modes de vie, tout en bénéficiant d'avantages financiers.

La construction identitaire remet-elle en question l'authenticité des pratiques culturelles?

En choisissant de développer une activité touristique gérée par leurs communautés, les indigènes se sont rapidement retrouvés confrontés à un processus de redéfinition identitaire, lequel s'est articulé autour de la récupération, l'adaptation, l'incorporation voire l'invention de pratiques culturelles. Certaines questions se sont ainsi très rapidement posées: Que pouvons-nous montrer aux touristes ? Qu'attendent-ils de nous ? Quelles sont nos pratiques culturelles ? Quelle est notre culture... ? L'authenticité de la culture indigène apparaît ainsi très questionnable. Il est impossible, voire incongru de prétendre la fixer dans le temps, surtout quand il s'agit d'une culture orale, basée sur des savoirs remontant à deux ou trois générations, lesquelles ont connu une acculturation très marquée au cours de l'histoire. C'est pourtant une image figée que projettent nos sociétés occidentales sur ces peuples autochtones, présentant l'indigène comme un être pur, originel, vrai, donc authentique. Une image avant tout commercialisée mais également aujourd'hui entretenue par certains leaders indigènes conscients des retombées économiques qu'elle peut générer à travers la pratique touristique. L'indigène « authentique » est avant tout aujourd'hui celui qui a quelque chose à donner à voir et à vendre. Nous ne sommes pas si loin des « primitifs » décrits par MacCannell à la fin des années 70, présentés comme les victimes d'une activité commerciale aliénante, lesquels « may, but they need not, worry about the authenticity of their rituals. The very survival of their society stands as internal proof of the victory of good over evil and real over false » (1973, p.590). Cette vision idéalisée du mythe du « Bon Sauvage » est encore, de nos jours, très présente et entretenue avant tout par une idéologie sociétale occidentale marquée par la remise en question du modernisme et rattachée à des principes philosophiques romantiques¹⁴¹.

¹⁴¹ L'utilisation marchande du principe d'authenticité ne fait que découler de cette idéologie occidentale. L'émission de télévision « Bienvenue dans ma tribu » présentée au cours de l'été 2010 comme l'expérience « authentique » vécue par trois familles françaises chez les Zapara (Equateur), les Surmas (Ethiopie) et les Hulis (Papouasie-Nouvelle Guinée) n'était en réalité qu'une mise en scène navrante participant à entretenir cette image de l'autochtone primitif et exotique. Elle a néanmoins battu des records d'audience avec plus de 2.000.000 de spectateurs à chaque épisode.

Dans le cadre du tourisme, cette idéologie implique une reconnaissance de cette humanité pure et antimoderne et l'existence de touristes en quête d'aventure, d'exotisme et de « vrai ». Prouver l'authenticité de leurs pratiques culturelles, voire la supériorité de celles-ci, dans le but de répondre à la demande touristique et d'attirer une clientèle en quête d'altérité, est ainsi devenu un enjeu important pour les différentes communautés investies dans le tourisme. Aussi, on pourrait dire que se dégage une sorte de « concurrence » à l'authenticité, laquelle est d'ailleurs aujourd'hui perceptible, dans le discours de certains leaders et dirigeants engagés dans cette activité (Del Campo Tejedor, 2008, p. 49). Elle s'exprime avant tout par une démonstration de supériorité identitaire à travers les expressions culturelles : danses, musique, artisanat...

Néanmoins, le processus de récupération culturelle aujourd'hui visible au sein des communautés ne doit pas, bien qu'il y soit intimement lié, uniquement être perçu du point de vue mercantile. Il peut également, dans certains cas, permettre de renforcer les liens intergénérationnels, encourager l'intérêt de la population pour sa culture, proposer un projet de développement local favorable à l'ensemble des habitants et valoriser des pratiques traditionnelles trop souvent dénigrées. Ce phénomène de reconstruction identitaire s'intègre également dans un processus beaucoup plus large, lié à l'activité touristique mais aussi, et surtout, à un besoin de reconnaissance et à un mouvement de résistance au niveau national et international, exprimé à travers les politiques indigènes depuis le début des années 90. Revendiquer son statut d'indigène est un phénomène nouveau issu des mouvements politiques autochtones, avec pour résultat l'éveil des consciences et la mise en place de nouvelles politiques de développement auxquelles le tourisme communautaire se rattache. Cette activité revêt donc des enjeux politiques, sociaux et identitaires forts, participant au renforcement de l'organisation communautaire (Coca, 2007), luttant contre la migration des jeunes et valorisant une culture en perte. La théorie de Castells concernant la construction identitaire apparaît dans ce sens très intéressante : « l'identité légitimatrice », introduite par les institutions dominantes de la société s'est peu à peu transformée en « identité de résistance », générée par les acteurs qui se trouvent en position/condition de dominés et stigmatisés par ceux qui sont dans une position dominante (base des politiques identitaires), pour s'orienter, vers une « identité projet » dans laquelle les acteurs sociaux partent de leur identité sur la base des matériaux culturels avec lesquels ils travaillent et essaient de développer cette identité

dans des projets qui donnent un nouveau sens aux acteurs eux-mêmes, mais aussi à la société dans son ensemble (Castells, 1998). L'analyse de la notion d'authenticité au sein du processus identitaire est ainsi très importante. En se positionnant en tant qu'outil de reconstruction identitaire, elle acquiert un caractère évolutif et malléable remettant en question le principe de « frontière » que l'on cherche à lui attribuer.

Comment concevoir l'authenticité au sein du tourisme communautaire?

Del Campo Tejedor (2009) est le premier à avoir interrogé l'authenticité du tourisme communautaire en Equateur. Dans son article « La autenticidad en el turismo comunitario » (Del Campo Tejedor, 2009), il analyse les images que projette l'authenticité au sein de cette activité en s'appuyant sur quatre piliers fondamentaux : le traditionnel (l'ancienneté), l'indigène (l'exotisme), l'originale (la pureté), le vrai (la sincérité). A travers une analyse très intéressante, appuyée sur des exemples de cas ethnographiques de rencontres entre natifs et étrangers, il tente de déconstruire l'idée entretenue par l'idéologie romantique occidentale à savoir que seules les pratiques indigènes sont authentiques. Il met également en avant le fait que la relation mercantile ne peut à elle seule définir les rapports existants entre autochtones et allochtones, spécialement lorsque l'on s'attache à l'étude du tourisme communautaire, dont la particularité réside dans son affiliation au processus d'authentification. Cet article, d'une grande richesse analytique, questionne la notion d'authenticité dans les rapports qu'elle induit entre les différents acteurs sans toutefois nous éclaircir sur les fondements conceptuels qui nous permettraient de mieux considérer son approche académique. Il permet néanmoins de clarifier la situation et d'énoncer le caractère instable de la notion d'authenticité telle qu'elle est aujourd'hui considérée.

Au terme des conclusions similaires, nous tenterons, afin d'ouvrir le débat sur la question, de dégager les principales formes d'authenticité observées sur le terrain et de montrer ainsi les différentes caractéristiques qu'elle peut acquérir en fonction des situations rencontrées. Nous reprendrons ainsi le principe « d'authenticité émergente » décrite par Cohen (1988), en y ajoutant celui « d'authenticité divergente » et « d'authenticité reconstruite ».

Le principe « d'authenticité émergente » proposé par Cohen (1988) insiste sur le fait que les nouveautés culturelles peuvent acquérir un air d'authenticité avec le temps. Un fondement tout à fait cohérent avec les conceptions indigènes plus ouvertes à l'acquisition et la création (transformation permanente) qu'à la transmission patrimoniale (Chaumeil, 2009, p.68). Ainsi,

les communautés achuar directement concernées par l'activité touristique ont modifié, notamment afin de répondre aux goûts des touristes de passage, leur manière de réaliser les céramiques. Traditionnellement neutres, celles-ci sont aujourd'hui peintes à la manière kichwa, et donc plus attractives aux yeux des touristes. Par ailleurs, ces céramiques sont aujourd'hui utilisées quotidiennement par les familles et bien intégrées aux éléments culturels identitaires achuar.

De cette « authenticité émergente » peut découler le principe d'authenticité divergente, lequel exprime les manières différentes de percevoir telle ou telle pratique tant du point de vue des touristes que des populations locales. L'artisanat, confectionné à base de perles en plastique a tendance à ne pas attirer l'attention des touristes : or, il possède une signification identitaire très importante pour les indigènes lesquels sont fiers d'arborer ces réalisations. De son côté, le traditionnel collier en graines et fibres naturelles est par contre attractif et donc largement commercialisé car considéré comme authentique par les touristes. Les indigènes eux-mêmes reconnaissent la création d'objets destinés exclusivement aux touristes (lances et sarbacanes miniatures, cendriers en bois de chonta, portes clés en graines...) et ceux propres à leurs usages quotidiens (travail du bois, céramiques, artisanat, paniers en fibre naturelle, tambours...). Par ailleurs, les fausses cérémonies chamaniques sont certainement les moments ressentis par les touristes comme les plus « authentiques » et pourtant ils sont bel et bien sortis de tout contexte traditionnel.

Pour ce qui est de l'authenticité reconstruite, elle prend en considération les pratiques traditionnelles, oubliées ou volontairement écartées, remises au goût du jour. Les Kichwas qui avaient depuis longtemps abandonné la fabrication et l'utilisation des céramiques ont, à travers la pratique du tourisme et le besoin de paraître plus « authentique » auprès des touristes, réappris les techniques de fabrication. Aujourd'hui celles-ci font de nouveau partie du quotidien et permettent de valoriser la culture locale. Certaines communautés qui n'ont pas encore démarré leur activité touristique ont même réintégré l'usage des céramiques considérées comme un marqueur culturel. Nous pouvons remarquer également que les prénoms indigènes, disparus à la suite de l'évangélisation et, plus tard, de l'influence des sitcoms américaines ont tendance à ressurgir et donc à participer au processus d'authentification identitaire des communautés. Reconstruire l'authenticité de ses pratiques culturelles implique néanmoins un apprentissage de la part des membres de la communauté, laquelle passe par l'enseignement des anciens ou bien par une intervention extérieure. Il est ainsi curieux d'observer qu'un japonais puisse enseigner la céramique à des Kichwas ou

encore qu'une ONG américaine réapprenne aux Huaoranis de quelle manière élaborer leur artisanat. Pouvons-nous en conclure qu'une pratique traditionnelle authentique puisse être reconstruite de manière artificielle ? Dans ce cas, qu'apporte-t-elle aux populations concernées ? Un simple revenu économique ? Ou bien participe-t-elle également à renforcer un sentiment d'appartenance identitaire, lequel lui octroierait de nouveau un caractère authentique ? Les frontières de l'authenticité sont multiples et le phénomène du tourisme ne fait qu'entretenir ce paradoxe notionnel que l'on cherche éperdument à rationaliser.

IV. Conclusion

Analyser la notion d'authenticité au sein de l'activité touristique communautaire en Amazonie équatorienne nous a permis de dégager son caractère complexe et tangible dans la mesure où cette forme de tourisme met en relation deux catégories de protagonistes totalement étrangers, tant du point de vue des modes de vie, de la cosmovision, que des principes idéologiques fondamentaux. Toutefois, ne faudrait-il pas prendre davantage en compte la vision que les indigènes ont de leur propre authenticité, non pas en se cantonnant à l'analyse des faits touristiques mais en englobant l'analyse des modes de vie actuels de ces populations, aujourd'hui associées à un processus de revendication identitaire important avant tout lié aux mouvements politiques indigènes et aux nouveaux enjeux de développement locaux définis par les instances internationales ?

Comme nous l'avons montré, la notion d'authenticité, analysée du point de vue indigène, revêt différentes caractéristiques, à la fois émergentes, divergentes et reconstruites. Dans une telle perspective, les dangers du « tout authentique » sont néanmoins multiples. Il ne faut pas perdre de vue que la sélection des pratiques culturelles qui s'opère au sein de l'activité touristique a des conséquences négatives mais aussi positives sur les modes de vie des indigènes, d'autant plus si l'on s'interroge sur le rôle des différents acteurs dans ce processus. Il apparaît clairement que l'influence des agences de développement et des touristes, lesquels accordent de la valeur à certaines réalités et non à d'autres, est en ce sens déterminante. Ce phénomène participe à occulter les relations sociales et le rôle de l'altérité pourtant cruciaux dans les systèmes socio cosmologiques amérindiens (Gallois, cité par Chaumeil, 2009, p. 68), modifiant profondément le sens même des pratiques culturelles traditionnelles. Il est pour autant impossible de faire abstraction des rapports existants entre les différents acteurs : l'interaction qui s'opère au sein de l'activité touristique est caractéristique du processus d'altérité, lequel participe à la construction identitaire. Aussi est-il légitime de se demander s'il ne serait pas plus judicieux de repenser l'authenticité dans sa globalité et de la confronter

aux réalités sociales, politiques et économiques qui régissent nos sociétés.

Bibliographie

BARTHEL-BOUCHIER Diane, *Authenticity and Identity: Theme-Parking the Amanas*, International Sociology, 16, pp.221-239, 2001.

BOORSTIN Daniel J., *The Image: A Guide to Pseudo-Events in America*, New York, Harper and Row, 1961.

BROWN David, «Genuine Fakes» in SELWYN Tom (dir.), *The Tourist Image: Myths and Myth Making in Tourism*, Chichester, Wiley, pp. 33-47, 1996.

BRUNER Edward M., «Tourism, creativity and authenticity», *Studies in symbolic interaction*, 10, pp. 109-114, 1989.

CASTELLS Manuel, *La era de la información. Economía, sociedad y cultura, Vol.2 El poder de la identidad*, Madrid, Alianza, 1998.

CHABRA Deepak, HEALY Robert et SILLS Erin, «*Staged Authenticity and Heritage Tourism*», *Annals of Tourism Research*, vol.30, pp.702-719, 2003.

CHAUMEIL Jean-Pierre, «*El comercio de la cultura: el caso de los pueblos amazónicos*», *Bulletin de l'IFEA*, tome 28, n°1, 2009.

COCA Augustín, «*Machacuyacu, turismo y organización comunitaria*», in RUIZ BALLESTEROS Esteban et SOLIS CARRIÓN Doris, *Turismo comunitario en Ecuador*, Quito, Abya-Yala, pp. 93-124, 2007.

COHEN Erik, «*Rethinking the Sociology of Tourism*», *Annals of Tourism Research*, vol.6, pp.18-35, 1979.

COHEN Erik, «*Authenticity and commoditization in tourism*», *Annals of Tourism Research*, vol.15, pp. 371-386, 1988.

COHEN Erik, «*Authenticity, Equity and Sustainability in Tourism*», *Journal of Sustainable Tourism*, vol.10, pp.267-281, 2002.

CRAVATTE Céline, «*L'anthropologie du tourisme et l'authenticité*», *Cahiers d'Etudes Africaines*, XLIX (1-2), 193-194, pp.603-619, 2009.

DANIEL Yvonne, «*Tourism Dance Performances: Authenticity and Creativity*», *Annals of Tourism Research*, vol.23, pp.780-797, 1996.

EHRENTAUT Adolf, «*Heritage Authenticity and Domestic Tourism in Japan*», *Annals of Tourism Research*, vol.20, pp.262-278, 1993.

FAWCETT Clare et CORMACK Patricia, «*Guarding Authenticity at Literary Tourism Sites*», *Annals of Tourism Research*, vol.28, pp.686-704, 2001.

GOFFMAN Erving, *The presentation of self in everyday life*, Garden city, New-York, Doubleday, 1959.

GRAHAM Colin, «*Blame it on Maureen O'Hara: Ireland and the Trope of Authenticity*», *Cultural Studies*, 15, pp.58-75, 2001.

GRUNEWALD Rodrigo de Azeredo, «*Tourism and Cultural Revival*», *Annals of Tourism Research*, vol.29, pp.1004-1021, 2002.

HALEWOOD Chris et HANNAM Kevin, «*Viking Heritage Tourism: Authenticity and Commodification*», *Annals of Tourism Research*, vol.28, pp.565-580, 2001.

HAMON Viviane et DANO Florence, «*Tourisme durable et quête d'authenticité : l'anthropologie au service du marketing* ». Journée thématique de recherche en marketing du tourisme et des loisirs, IREGÉ, Université de Savoie, Chambéry, 10 Juin 2005.

HARKIN Michael E., «*Modernist Anthropology and Tourism of the Authentic*», *Annals of Tourism Research*, vol.22, pp.650-670, 1995.

HANDLER Richard et LINNEKIN Jocelyn, «*Tradition, genuine or Spurious*», *Journal of American Folklore*, 97, pp. 273-290, 1984.

HUGHES George, «*Authenticity in Tourism*», *Annals of Tourism Research*, vol.22, pp.781-803, 1995.

LACY Julie A. et DOUGLASS William A., «*Beyond Authenticity: The Meanings and Uses of Cultural Tourism*», *Tourist Studies*, 2, pp.5-21, 2002.

LANE Ruth et WAITT Gordon, «*Authenticity in Tourism and Native Title: Place Time and Spatial Policy in the East Kimberley*», *Social and Cultural Geography*, 2, pp.381-405, 2001.

LANFANT Marie Françoise, «*International tourism resists the crisis*», in OLSZEWSKA Anna et ROBERTS Kenneth (dir.), *Leisure and life style*, Londres, Sage, pp. 178-193, 1989.

LAU Raymond W.K., «*Revisiting authenticity*», *Annals of Tourism Research*, vol.37, n°2, pp.478-498, 2010.

LINNEKIN Jocelyn, «*Cultural invention and the dilemma of authenticity*», *American Anthropologist*, New Series, vol.93, n°2, pp.446-449, juin 1991.

LITTRELL Mary A., ANDERSON Luella F. et BROWN Pamela J., «*What Makes a Craft Souvenir Authentic?*» *Annals of Tourism Research*, vol.20, pp.197-215, 1993.

MacCANNELL Dean, «*Staged authenticity: arrangements of social space in tourist settings*», *American Journal of Sociology*, vol.79, n°3, pp. 589-603, novembre 1973.

MacCANNELL Dean, *The tourist*, New-York, Schocken, 1976.

REISINGER Yvette et STEINER Carol, «*Reconceptualizing object authenticity*», *Annals of Tourism Research*, vol.33, n°1, pp.65-86, 2006.

MCINTOSH Alison J. et PRENTICE Richard R.C., «*Affirming Authenticity: Consuming*

Cultural Heritage», *Annals of Tourism Research*, vol.26, pp.589-612, 1999.

MOSCARDO Gianna M. et PEARCE Philip L., «*Historic Theme Parks: An Australian Experience in Authenticity*», *Annals of Tourism Research*, vol.13, pp.467-479, 1986.

PEARCE Philip L. et MOSCARDO Gianna M., «*The Relationship between Travelers Career Levels and the Concept of Authenticity*», *Australian Journal of Psychology*, vol.37, pp.157-174, 1985.

PEARCE Philip L. et MOSCARDO Gianna M., «*The Concept of Authenticity in Tourist Experiences*», *The Australian and New Zealand Journal of Sociology*, vol.22, pp.121-132, 1986.

REDFOOT Donald L., «*Touristic Authenticity, Touristic Angst, and Modern Reality*», *Qualitative Sociology*, vol.7, pp.291-309, 1984.

SALAMONE Frank, «*Authenticity in Tourism: The San Angel*», *Annals of Tourism Research*, vol.24, pp.305-321, 1997.

SELWYN Tom, *The Tourist Image: Myths and Myth Making in Tourism*, Chichester, Wiley, 1996.

SHEPHERD Robert, «*A Green and Sumptuous Garden: Authenticity, Hybridity, and the Big Tourism Project*», *South East Asia Research*, vol.10, pp.63-97, 2002.

SILVER Ira, «*Marketing Authenticity in Third World Countries*», *Annals of Tourism Research*, vol.20, pp.302-318, 1993.

SPOONER Brian, «*Weavers and dealers: the authenticity of an Oriental carpet*», in APPADURAI Arjun (dir.), *The social life of things*, Cambridge University Press, pp.195-235, 1986.

TAYLOR John P., «*Authenticity and Sincerity in Tourism*», *Annals of Tourism Research*, vol.28, pp.17-26, 2001.

TURNER Charles et MANNING Phil, «*Placing Authenticity-On Being a Tourist: A Reply to Pearce and Moscardo*», *Australia and New Zealand Journal of Sociology*, vol.24, pp.136-139, 1988.

WAITT Gordon, «*Consuming Heritage. Perceived Historical Authenticity*», *Annals of Tourism Research*, vol.27, pp.835-862, 1999.

WANG Ning, «*Vernacular House as an Attraction: Illustration from Hutong Tourism in Beijing*», *Tourism Management*, vol.18, pp.573-580, 1997.

WANG Ning, «*Rethinking authenticity in tourism experience*», *Annals of Tourism Research*, vol.26, n°2, pp. 349- 370, 1999.

WOOD Robert E., «*Tourism, culture and sociology of development*», in HITCHCOCK Michael, KING Victor T. et PARNWELL Mike (dir.), *Tourism in south-east Asia*, Londres, Routledge, pp. 48-70, 1993.

5.2. Réflexivité, distinction et contre-tourisme à Amsterdam

Amandine CHAPUIS

Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne

Amandine CHAPUIS (amandine.chapuis@univ-paris1.fr), est agrégée de géographie, doctorante à l'Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne, sous la direction du Professeur Rémy Knafou, et ATER à l'IREST. Sa thèse porte sur la mise en œuvre des citadinités individuelles à la faveur des pratiques touristiques de la métropole d'Amsterdam.

Résumé

Je propose de m'interroger sur la place de la réflexivité des enquêtés dans le cadre d'un travail de thèse. Mes recherches concernant les pratiques touristiques à Amsterdam m'ont conduite à rencontrer des acteurs variés du système touristique local, notamment (dans ce texte) des touristes individuels et des cadres de l'Amsterdam Toerisme en Congress Bureau. Au cours de nos discussions, ils ont pu exprimer un positionnement réflexif vis-à-vis des situations touristiques auxquelles ils prenaient part, qu'il s'agisse de leurs propres pratiques ou de la stratégie mise en œuvre par leur institution à leur initiative. Comment rendre compte de cette complexité dans le rapport des enquêtés à leurs pratiques ? Ce sont les postures contre-touristiques (ou « alternatives au tourisme de masse »), clairement assumées ou plus implicites, qui seront particulièrement abordées ici, en tant que stratégies de distinction culturelle et professionnelle.

Mots-clés : Amsterdam / Réflexivité / Tourisme de masse / Distinction

Dans cette communication, je propose de m'interroger sur la place de la réflexivité des enquêtés dans le cadre d'un travail de thèse, celle que le chercheur peut/doit lui accorder et les moyens dont il dispose ou non pour l'aborder. Mes recherches concernant les pratiques touristiques à Amsterdam m'ont conduite à interroger (au cours d'entretiens approfondis) et à côtoyer (dans le cadre d'une observation participante) des acteurs variés du système touristique local. Je me concentrerai ici sur deux types de personnes : des touristes individuels et des cadres de l'Amsterdam Toerisme en Congress Bureau (ATCB). Je vais essayer de questionner la manière dont s'est exprimée, au cours de nos discussions, leur démarche réflexive vis-à-vis des situations touristiques auxquelles ils prenaient part, qu'il s'agisse de leurs propres pratiques ou de la stratégie mise en œuvre par leur institution à leur initiative.

Au fur et à mesure de l'avancée de mon travail de terrain, j'ai appris à me méfier de la réflexivité, cette opération qui consiste en « un retour du sujet sur l'objet, par lequel le sujet se tourne vers ses propres opérations pour les soumettre à une analyse critique » (Vandenbergh, 2006). Sur ou sous-estimée, la plupart du temps mal appréhendée, cette compétence intellectuelle des enquêtés m'a clairement posé problème, un problème que Bruno Latour expose brillamment : « Quand les sociologues parlent de « réflexivité », ça consiste simplement, le plus souvent, à poser des questions complètement à côté de la plaque à des gens qui se posent d'autres questions auxquelles le chercheur n'a pas le plus petit début de commencement d'une réponse. » (Latour, 2006, p. 220)

Pour débiter cette réflexion en allant dans le sens de Bruno Latour, j'aimerais rendre compte de deux erreurs initiales d'appréciation dans le protocole d'enquête de mon travail de thèse et montrer comment l'analyse de ces expériences m'a permis de mettre en lumière l'attention que je devrais accorder à la question de la réflexivité des enquêtés et de faire évoluer mon approche méthodologique.

Fin Août 2009, je me trouvais dans une auberge de jeunesse du centre ville d'Amsterdam, procédant à une enquête ethnographique auprès de plusieurs groupes de jeunes touristes. Après avoir suivi jour après jour leur expérience touristique de la ville, qu'ils me rapportaient de manière informelle, je leur proposais, la veille de leur départ, de m'accorder un entretien un peu plus formel, au cours duquel je leur demandais de retracer sur une carte leur itinéraire dans la ville et de le commenter. J'en profitais alors pour aborder des questions que je nommais « de bilan » ou « de synthèse » dans mon protocole méthodologique, à savoir des questions qui me semblaient impliquer un degré supérieur de réflexivité de leur part. Je plaçais cette étape en fin de séjour, une façon qui me semblait rigoureuse de « boucler la

boucle ». Curieuse de comprendre la manière dont ce séjour urbain allait questionner les citadinités de ces jeunes touristes et ayant pu observer avec délectation comment ils lisaient la ville au cours de leurs déambulations, je finissais par leur demander naïvement : « Pourrais-tu me dire ce qu'Amsterdam a renforcé ou transformé dans les représentations que tu te fais de ce qu'est une ville ? » Douche froide systématique. Au mieux j'obtenais, de la part des plus motivés, des tentatives de reformulation de la question : « C'est-à-dire ? » venait en premier lieu, suivi de : « Est-ce que je trouve que ça ressemble à chez moi : Grenoble / Clermont-Ferrand / Montpellier / Venise / Valence / Hong Kong / Montréal etc. ? » « Est-ce que je pourrais vivre ici ? » ou encore, dans un autre registre : « Est-ce que j'ai appris des choses sur Amsterdam ? ». Voilà les questions que se posaient les touristes qui avaient pris la peine de se livrer à moi, des questions d'une vraie teneur réflexive, qui avaient tout à voir avec la mienne, si ce n'est que la mienne était bel et bien « complètement à côté de la plaque ». Pour les touristes, en effet, la situation touristique est une situation assez spécifique de rupture avec le quotidien. Par conséquent, et même si on ne peut nier la force des déterminations sociales et culturelles en vacances, on peut faire l'hypothèse que la reproduction des routines / habitus y a moins cours. Au contraire, la situation touristique, en particulier la visite d'une ville inconnue, nécessite d'opérer un certain nombre de choix conscients. Ainsi, elle peut être l'occasion d'une réflexion sur ses propres pratiques culturelles, qui peut parfois tenir du positionnement intellectuel assumé. Pour autant, cela ne signifie pas que cette démarche d'introspection soit gratuite et dirigée vers la compréhension des processus qui intéressent le chercheur (ici le caractère performatif de la pratique touristique). Le cas de Pénélope, sur lequel je reviendrai dans cette communication, est exemplaire de la manière dont la démarche réflexive est l'occasion d'afficher une prise de position intellectuelle, au moins dans le discours, la traduction en pratiques étant plus nuancée.

Au cours de l'hiver 2009 - 2010, j'ai intégré, en tant que stagiaire, le service commercial de l'Amsterdam Toerisme en Congress Bureau, pour une mission d'étude qui consistait à exploiter une base de données de pratiques touristiques. En ce qui concerne les employés de l'ATCB dont j'ai pu observer les pratiques professionnelles, c'est un pléonasme que de souligner la réflexivité dont font preuve, dans leur travail, des cadres dirigeants dont les décisions déterminent directement l'avenir de l'entreprise à laquelle ils appartiennent. L'évaluation de l'efficacité des politiques qu'ils conçoivent et de la manière dont elles sont mises en œuvre est, sinon constante et rigoureuse, au moins régulière et perçue comme nécessaire au bon fonctionnement de l'entreprise. Néanmoins, la seule question valable

demeurait : « Comment mieux vendre nos produits / notre destination ? ». C'est à cette question que mes employeurs attendaient que je réponde, et pour ma part, je n'avais effectivement « pas le plus petit début de commencement d'une réponse ».

Ces questionnements nombreux, divers et souvent riches, des individus sur eux-mêmes et sur leurs pratiques, comment les intégrer dans mon travail de thèse ? Quel était leur but ? À partir de quels schémas de pensée ces réflexions émergeaient-elles ? Que pouvaient-elles me dire de la manière dont touristes et praticiens conçoivent les pratiques touristiques à Amsterdam ?

C'est sur les postures contre-touristiques (souvent exprimées aussi comme « alternatives au tourisme de masse »), clairement assumées ou plus implicites, que j'aimerais m'attarder pour poursuivre cette communication. En effet, alors qu'elles n'étaient pas directement l'objet des entretiens, elles ont progressivement occupé une place grandissante dans la problématisation de mon travail, à mesure que je réalisais le rôle qu'elles semblaient jouer dans les récits qu'on me proposait. Il m'a semblé que le discours contre-touristique, développé à l'occasion de questionnements réflexifs, participait de stratégies de distinction de plusieurs ordres. Pour l'ATCB, il irrigue les plans de développement touristique visant à la fois à sélectionner une clientèle plus élitiste et à se maintenir dans le concert des destinations urbaines prisées. Pour les touristes, il structure la mise en récit de l'expérience touristique de la ville, qu'il s'incarne effectivement ou non dans des pratiques originales.

Dans un premier temps, je vais m'appuyer sur mon expérience d'observation participante au sein de l'ATCB. La mission que m'a confiée la responsable de la commercialisation des produits ATCB était d'exploiter une base de données recueillies automatiquement par un serveur à partir des transactions réalisées par leur produit phare : la carte *Iamsterdam* (un passe valable dans la plupart des musées et sites touristiques de la ville), vendue à environ 100 000 exemplaires par an. Les premières questions auxquelles je devais répondre étaient factuelles : temporalités d'utilisation des cartes, rythmes de visites, hiérarchisation des sites, taux d'utilisation des possibilités de la carte. Mais, progressivement, de nouvelles questions, bien plus intéressantes, ont émergé. Il s'agissait de mesurer l'efficacité de la carte par rapport aux objectifs qui lui avaient été assignés. Ces objectifs n'étaient pas seulement la rentabilité financière pour l'ATCB, mais aussi des promesses faites à la municipalité d'Amsterdam en termes de développement / évolution de l'activité touristique. La carte, telle qu'annoncée par l'Office, devait permettre d'étaler les flux touristiques dans le temps (donc de limiter les effets de saisonnalité) et d'offrir une meilleure visibilité à des sites jusqu'alors confidentiels afin d'en augmenter la fréquentation. L'exploitation des données était ainsi fondée sur une

démarche réflexive par rapport à la politique commerciale plus générale qui infuse les relations de partenariat entre l'ATCB (organisme privé) et la ville d'Amsterdam. Or, les objectifs amstellodamois en termes de tourisme apparaissent aujourd'hui de plus en plus politiques, à l'heure où l'atmosphère tolérante qui a fait la réputation de la ville tend à s'effriter sous les assauts des partis conservateurs (Dahles, 1996). Depuis plusieurs années, on nous annonce par exemple régulièrement la fermeture imminente des coffee-shops, sans que ceux-ci ne disparaissent effectivement (bien que des restructurations de la législation et du marché en aient diminué le nombre), ce qui a probablement d'ailleurs pour effet d'augmenter l'attractivité de la destination auprès des jeunes touristes du monde entier, désireux d'en faire l'expérience avant qu'il ne soit trop tard... À l'ATCB, comme à la municipalité, on cherche clairement à changer de tourisme. Il est de bon ton de dénoncer les hordes d'anglais alcoolisés qui déferlent sur la ville le week-end, en groupes exclusivement masculins, bruyants et puants, dans le seul but de boire, fumer et consommer du sexe dans le Quartier Rouge. Aussi, quelle ne fut pas la fureur de la responsable commerciale de l'Office lorsqu'en Février 2010, l'édition amstellodamoise du magazine de loisirs Time Out publiait un numéro spécial sexe, à l'occasion de la Saint-Valentin (« *Sex, Amsterdam style* », Time Out Amsterdam n° 17, Février 2010). Il faut savoir que quelques mois plus tôt, Time Out et l'ATCB avaient inauguré un partenariat commercial (logo de l'ATCB sur les magazines et présence d'un supplément édité par l'Office). Elle m'explique que, quelques mois auparavant, le thème « *How to get high in Amsterdam ?* » (Time Out Amsterdam n° 14, Novembre 2009) avait déjà fait polémique. Le ton ironique et décalé du traitement avait permis à l'humour de l'emporter et l'affaire en était restée là. Cette fois-ci, l'ATCB dit s'être vu contraint de réclamer le retrait de son logo, la disparition de certaines pages jugées choquantes (comme une cartographie très crue du Quartier Rouge et des conseils de prostituées en matière de techniques sexuelles) et la création d'une nouvelle page de garde, plus « romantique » (« *Share the love* »). Pour cette responsable de l'Office, il était inenvisageable que le nom de son organisme soit associé à une image aussi rétrograde de la destination, elle considérait que la ville avait déjà suffisamment de « ces touristes-là » et qu'il était déjà bien assez compliqué d'essayer d'en attirer « d'un autre type », sans que la ville elle-même ne se tire une balle dans le pied par l'intermédiaire de cette publication. Ainsi, pendant un mois, deux versions du Time Out ont circulé dans la ville : la version originale, vendue en kiosques et la version censurée par l'ATCB, distribuée dans les points d'accueil touristique et disponible chez certains partenaires (hôteliers par exemple). Cette démarche, dont l'issue ne s'avérait pas forcément plus positive en termes d'image pour l'Office, ne s'est pas faite sans questionnements vis-à-vis d'un acte de censure qui n'allait

évidemment pas de soi. Mais les convictions contre-touristiques (c'est-à-dire de ceux cherchant à développer un « autre tourisme ») d'être dans le Vrai et le Bon (pour l'image de la destination comme pour la vie urbaine) sont actuellement les plus fortes. Or, l'enjeu de la carte *Iamsterdam* est justement d'essayer d'attirer dans la ville des touristes porteurs de capitaux économiques et culturels supérieurs, sensés développer des pratiques touristiques alternatives aux caractéristiques actuelles du tourisme dans la ville (séjours hors saison, visite de sites plus confidentiels, découverte de quartiers excentrés). Non seulement cette conception du touriste idéal permet une distinction économique de la destination, en attirant des touristes à fort pouvoir d'achat, mais elle offre également la possibilité d'une distinction culturelle en attirant un profil de touristes que toutes les grandes destinations urbaines cherchent à attirer. On s'aperçoit donc que la démarche réflexive d'évaluation du produit *Iamsterdam card* a en fait des objectifs complexes et multiscales. Il s'agit d'abord de justifier l'intérêt supérieur d'un produit dont la rentabilité économique n'est pas toujours au rendez-vous, ce qui a pour conséquence d'entraîner sa mise en question régulière par la directrice financière de l'ATCB. Il s'agit ensuite de soutenir une politique touristique spécifique à l'échelle de la ville, en opérant une incorporation locale de valeurs et d'objectifs de marketing urbain aujourd'hui largement partagés à l'échelle des métropoles mondiales. La réflexivité (ici traitée dans un contexte professionnel) n'apparaît donc pas comme une démarche purement gratuite des individus sur eux-mêmes mais bien comme une compétence des acteurs à s'appuyer sur une interprétation locale de discours globaux (ici quelles valeurs pour le tourisme et la vie urbaine) afin de se positionner vis-à-vis d'enjeux de pouvoir multiscales.

Dans un deuxième temps, j'aimerais approfondir cette analyse en travaillant de manière plus détaillée un entretien ethnographique réalisé avec une touriste française. Pénélope a la trentaine, elle enseigne l'histoire-géographie et vit à Paris avec sa fille et son compagnon. Elle est allée en voyage à Amsterdam à deux reprises au cours des années 2000. Très rapidement dans l'entretien, elle se souvient ne pas avoir aimé le quartier de la gare et le Damrak : « Il y a trop de monde, c'est sale, il y a trop de boutiques à touristes. On a l'impression d'être dans un parc d'attractions à touristes ». Elle dit ne pas avoir aimé « le centre-ville d'Amsterdam. Il y a trop de touristes, trop de lieux pour les touristes ». Elle nuance : « mais en même temps, si tu t'éloignes un peu, t'as pas cette même impression. Moi, de toute façon, je suis hostile au tourisme de masse ». D'emblée donc, Pénélope saisit l'occasion du récit de ses souvenirs personnels pour entamer une réflexion plus générale (du quartier de la gare, on passe à l'ensemble du « centre-ville », des lieux pour les touristes, on passe au « parc d'attraction »

puis au « tourisme de masse »). Elle propose même une solution pour contourner ce qu'elle rejette (« si tu t'éloignes un peu »). Comme je sais qu'elle a vécu un an à Venise au cours de ses études et qu'elle a apprécié cette période, je lui demande comment dans ce cas, elle a pu vivre positivement la Venise touristique. Je suis d'autant plus intéressée par les techniques d'évitement qu'elle développe que je sais également qu'au moment de l'entretien, elle réside en plein cœur de la zone la plus touristique du Marais, entre le Musée Picasso et la rue des Francs Bourgeois. Sa réponse illustre la manière dont elle est capable de développer des stratégies alternatives spatiales et temporelles (les mêmes que Quinn a mises en évidence dans une enquête quantitative approfondie sur les résidents vénitiens, Quinn, 2007) : « Quand tu connais la ville, tu arrives à aller dans des endroits où il n'y a aucun touriste. J'habitais au Lido et c'était l'hiver, donc il n'y avait personne. Ceci dit, j'y suis allée à toutes les saisons et franchement, si tu évites le trajet Rialto-Saint Marc, la ville est à toi ! Ce n'est pas étouffant. J'allais au marché, je sortais après 22h. Enfin, j'avais plein de repères à Venise. Je savais me faire conseiller ». À propos de conseils / médiations, elle règle assez rapidement la question de la pertinence des guides touristiques, en racontant des désagréments au cours d'un précédent voyage (elle cite plusieurs voyages, je n'ai retenu ici que celui aux Etats-Unis) : « En 2003, je suis partie dans l'Ouest américain avec Pierre [son compagnon] et ses enfants. Le problème, c'est qu'on avait le Routard. Il y a de bons conseils, mais c'est bourré de français. Dans la Vallée de la Mort par exemple, ils disaient d'y aller vers 3-4h du matin, pour le lever du soleil. On a fait l'effort et là, on est tombé sur des hordes de touristes français. Ça n'avait rien de romantique. Il n'y avait même pas un touriste étranger [sous entendu non-francophone] ». Elle revient sur Amsterdam : « je ne m'attendais pas à ce qu'Amsterdam, ce soit l'usine à touristes. J'ai vu une expo de Martin Parr sur le tourisme de masse qui m'a ouvert les yeux sur le fait que ça détruit beaucoup les lieux et que ça entraîne une homogénéisation de tout ». Lorsque Pénélope cite cette exposition, qu'elle pense se souvenir avoir vue à la Maison Européenne de la Photographie (dans le Marais), on entrevoit le degré de construction de sa posture contre-touristique, qui s'appuie sur des références culturelles qu'elle maîtrise. La suite de notre entretien montre sur quelles valeurs se fonde l'interprétation qu'elle a faite de l'œuvre artistique de Martin Parr (qui, elle-même, sert de caution culturelle à son positionnement intellectuel contre-touristique) : « Souvent, en salle des profs, j'entends « t'as fait Bali ? », « On a fait le Kenya », « On a fait les tribus en voie d'extinction », et personne ne réagit, ça ne choque pas... Moi, je réfléchis plus à pourquoi partir, quel sens donner à mon voyage. J'essaie de partir longtemps, pour vivre une vraie expérience. En passant du temps quelque part, tu vois que tu vis vraiment différemment, tu vis

une vraie expérience. Un week-end, ça te fait un bel album photo, c'est tout. Les rares fois où je suis partie un ou deux jours quelque part, je n'en ai rien retenu. Alors que, dès que tu restes, tu découvres des choses, tu vis de vraies expériences. Cinq jours quelque part, c'est le minimum. Je préfère ne pas partir plutôt que partir trop peu ». En voyage, Pénélope dit aimer « s'imprégner de la vie du lieu, de l'ambiance, de la langue, voir comment les gens vivent », « c'est là que tu prends conscience de la difficulté, c'est là que tu commences à réfléchir sur toi. Parce que c'est ça l'objectif du voyage au fond. On a besoin du recul géographique et temporel pour partir et se poser les bonnes questions ». Dans son récit, Pénélope exploite une dichotomie sémantique désormais classique pour les chercheurs qui s'intéressent au tourisme. La portée morale de cette opposition, qui n'est pas neutre mais se fonde sur la valorisation de la notion d'authenticité, avait déjà été mise en évidence dès 1976 par Dean MacCannell dans son célèbre ouvrage *The tourist, a new theory of the leisure class* (MacCannell, 1999). D'un côté l'artificialité, la superficialité et le consumérisme du « tourisme » : « usines », « hordes », « parc d'attractions », « boutiques » mais aussi « album photo », « homogénéisation ». De l'autre l'authenticité, la profondeur et l'ascétisme du « voyage » : « découverte », « expérience », « vie » et « vrai » même, « conseils », « ambiance », « romantisme », « langue » (par opposition à l'anglais généralisé qui va dans le sens de l'homogénéisation dénoncée) et même « questions » et « réflexivité », mais aussi « effort » et « difficulté ». Si on a du mal à distinguer, dans le récit de Pénélope comme dans ceux d'autres touristes, entre introspection effective et réappropriation de discours interprétatifs socialement construits, c'est d'une part parce que ces circulations d'idées semblent particulièrement nombreuses en ce qui concerne le tourisme et d'autre part parce que cette démarche réflexive vis-à-vis de ses propres pratiques touristiques semble capable de constituer elle-même une stratégie de distinction culturelle.

Pour conclure, on doit souligner en outre que la situation d'enquête, quelles qu'en soient les modalités (qu'il s'agisse d'entretiens ou d'observation participante) induit directement une démarche réflexive de la part des enquêtés, conscients du regard de l'enquêteur. C'est le cas au cours de l'entretien, dans la mesure où les enquêtés sont invités à exposer leurs pratiques et à expliciter leurs choix. Ainsi, Pénélope a finalement dit peu de choses sur ses pratiques effectives à Amsterdam et énormément sur son idéologie du voyage en général, en utilisant ses autres expériences pour appuyer son propos, dans une démarche clairement introspective. Instruite et habituée à réfléchir sur elle-même, elle présente un discours construit, qui monte progressivement en abstraction, allant et venant habilement entre expérience amstellodamoise,

comparaison avec d'autres voyages et positionnement général. Cette attitude n'est pas étonnante venant d'une femme dont le niveau de ressources sociales et culturelles lui permet de décrypter ce qu'elle pense être mes attentes (et sans doute aussi mon point de vue critique sur mon objet d'étude). Elle a tendance à chercher à développer un « témoignage » qui sert finalement de « discours écran » vis-à-vis de ses pratiques concrètes (Beaud, 1996, p.242). C'est pourquoi je ferai l'hypothèse qu'ici la production d'un discours réflexif constitue également, en soi, une stratégie de distinction culturelle vis-à-vis de l'enquêtrice.

Des enjeux assez proches peuvent émerger dans le cadre d'une observation participante, liés à la présence troublante de l'enquêteur (voir entre autres références sur la question Copans, 2008). Ici, ma supérieure hiérarchique à l'ATCB connaissait dès le début de mon stage mon statut de doctorante et d'enseignante à l'Université. Je me trouvais, dans l'*open-space* qui servait de lieu de travail à l'ensemble du département, être une véritable « étrangère » : à la fois la seule stagiaire, l'employée la plus diplômée et la seule non néerlandaise. En outre, il était clair que ma présence était temporaire et que je ne m'efforçais pas de séduire mes supérieurs afin qu'on me propose un contrat de travail à la suite du stage. Cette situation singulière a donc induit une relation spécifique avec ma supérieure qui a pu parfois se confier à moi ou me demander mon point de vue pour préparer ses propres entretiens avec des partenaires de l'Office. Ces courtes conversations, réalisées sur le ton de la confiance (elle se postait près de mon bureau, tournait le dos aux autres collègues, parlait bas et glissait régulièrement des sourires entendus), m'en ont appris davantage sur les objectifs du projet qui m'avait été confié au sein de l'ATCB comme à l'échelle de la ville, que les quelques discussions formelles autour de l'avancée de mon travail. Je pense, là encore, que l'on pourrait ainsi interpréter le fait qu'elle me donne à voir ses questionnements réflexifs comme une stratégie de distinction professionnelle, sans pour autant que cela implique un calcul conscient de sa part.

Bibliographie

BEAUD S., 1996, « *L'usage de l'entretien en sciences sociales. Plaidoyer pour l'« entretien ethnographique »* », Politix, vol. 9, n° 35, pp. 226-257

COPANS J., 2008, *L'enquête ethnologique de terrain*, Armand Colin, Paris

DAHLES H., 1996, « *The social construction of Mokum, tourism and the quest for local identity in Amsterdam* », dans BOISSEVAIN J. (dir.), *Coping with tourists. European reactions to mass tourism*, Berghahn Books, Oxford

LATOUR B., 2006, *Changer de société, refaire de la sociologie*, La Découverte, Paris Frédéric

MacCANNELL, 1999, *The tourist, a new theory of the leisure class*, University of California Press (1^{ère} édition 1976)

QUINN B., 2007, « *Performing tourism, venetien residents in focus* », Annals of tourism research, vol. 34

VANDENBERGH F., 2006, « *Réflexivité et modernité* », in MESURE S. et SAVIDAN P., *Dictionnaire des Sciences Humaines*, PUF, Paris

5.3. L'anthropologie face au tourisme : des méthodes à (re)penser ?

Aurélie CONDEVAUX

Centre de recherche et de documentation sur l'Océanie

Aurélie Condevaux, anthropologue postdoctorante associée au C.R.E.D.O (Centre de recherche et de documentation sur l'Océanie, UMR6574), est auteur d'une thèse de doctorat intitulée *Performances polynésiennes : adaptations locales d'une « formule culturelle-touristique » globale en Nouvelle-Zélande et à Tonga*. Elle occupe actuellement un demi poste d'A.T.E.R. à l'université de Poitiers.

Résumé

A. Doquet et O. Evrard (2008, p.10) ont souligné qu'il était nécessaire de réinscrire l'étude du tourisme dans celle, plus large, des mobilités dans le monde globalisé considérées dans leur ensemble. Cela ne va pas sans soulever certaines questions, notamment d'un point de vue méthodologique. Cette communication examinera la possibilité d'utiliser des méthodes d'enquête « nouvelles », comme l'enquête multi-située proposée par G. Marcus, afin de mieux appréhender ce phénomène complexe.

Mots clés : Anthropologie du tourisme, méthodologie, enquête multi-située, Polynésie.

Abstract

A. Doquet and O. Evrard have underlined that we need to reinscribe tourism studies in the larger field of research on movements in the globalised world. This assertion raises many questions, in particular on methodology matters. I propose to examine the possibility of using « new » ways of conducting ethnographic fieldwork, such as the multi-sited ethnography defined by G. Marcus, to reach a better understanding of this complex phenomenon.

Key words : Anthropology of tourism, methodology, multi-sited ethnography, Polynesia.

Affirmer que le tourisme est moteur de mouvements — mouvements de personnes, d'images, d'argent notamment — ainsi qu'un vecteur de mondialisation, relève presque du truisme. Devant ce constat, la nécessité de « réinscrire l'étude du tourisme dans celle, plus large, des mobilités dans le monde globalisé » (Doquet et Evrard, 2008, p.10) s'impose. Mais ce choix ne va pas sans soulever certaines questions, notamment d'un point de vue méthodologique. D'une manière générale, l'étude des phénomènes liés à la mondialisation a obligé les disciplines des sciences sociales à revoir les outils conceptuels, mais aussi les méthodes qu'elles employaient habituellement. Ceci a été particulièrement vrai pour l'anthropologie, dont la méthode « classique » de l'enquête de terrain localisée a été remise en cause par la nécessité d'étudier les mouvements de personnes, d'idées et d'objets notamment.

Il s'agit ici d'aborder la question des méthodes que l'anthropologue peut/doit déployer dans l'étude du tourisme en tant que phénomène étroitement lié à la mondialisation. L'enquête de terrain localisée est-elle suffisante? D'autres types d'enquête, comme l'enquête multi-située (Marcus, 1995), ne permettraient-ils pas mieux de saisir cet objet? Avant de répondre à ces questions, je propose de situer celles-ci dans l'ensemble plus large des problèmes méthodologiques auxquels les anthropologues sont confrontés aujourd'hui. Dans un deuxième temps, je donnerai un aperçu de la manière dont ces derniers ont choisi d'aborder le tourisme : quelles sont les méthodes d'enquêtes qui ont été déployées? Pour répondre à quelles problématiques? Les anthropologues adaptent-ils leurs méthodes à l'étude de cet objet relativement nouveau? Enfin, je finirai par l'exemple des choix méthodologiques que j'ai effectués pour étudier les performances touristiques polynésiennes dans le cadre de ma thèse de doctorat.

I. La critique de l'enquête de terrain localisée en anthropologie

Comme le souligne L. Berger (2005), l'un des points centraux des débats épistémologiques en sciences sociales aujourd'hui concerne la manière dont s'articulent les « unités d'investigation empirique » et les « unités d'analyse », c'est-à-dire les totalités ou contextes auxquels les relations et pratiques particulières observées sont rapportées (p. 33). Or, comme le soulignait déjà Barth dans les années 1992 (cité dans Berger, 2005), il est plus difficile aujourd'hui que jamais de défendre l'idée d'une « *totalité réduite à un ensemble fini et clos de rapports sociaux localisés, à un agrégat d'institutions normatives et de status et rôles correspondants, à un stock homogène d'idées et de valeurs partagées* » (Berger, 2005, p.33)

En anthropologie en particulier, ce constat s'est traduit par la remise en cause de notions telles que celles de « société », d'« ethnie », de « culture » ou encore d'« aire culturelle », qui servaient habituellement (et continuent de servir dans une certaine mesure), de « totalité » de référence. De plus, face au constat d'une augmentation sans précédent des flux liés à la mondialisation du capitalisme (flux de biens, d'idées, de capitaux, de personnes, etc.) :

il apparaît aujourd'hui (...) dérisoire à la plupart des ethnologues de se lancer dans la confection de monographies décrivant à petite échelle des groupes analphabètes isolés et territorialement circonscrits (communautés rurales, sociétés primitives), lorsque ces derniers participent activement à la décennie des populations autochtones organisée par l'ONU, et envoient parfois leurs représentants aux côtés de pop-stars internationales (Sting) pour plaider leur cause sur les plateaux des plus grandes chaînes de télévision. (Berger, 2005, p.40).

De plus, comme l'ont souligné de nombreux auteurs (Appadurai, 2005, pp.83-84; Berger,

2005, p.41; Godelier, 2007, pp.18-26), la mondialisation est créatrice de paradoxes dans la mesure où elle entraîne aussi bien une homogénéisation des modes de vie qu'une hétérogénéisation culturelle du fait de la montée des revendications identitaires et nationalistes. L'ensemble de ces phénomènes pose un problème à la fois pour la délimitation des unités d'analyse et des unités d'investigation empirique: « *une autre façon de formuler ce paradoxe identitaire, est de reconnaître qu'en lui se pose de façon encore plus accrue, la question du contenu et des contours des « totalités » nécessaires à la délimitation des cadres d'analyse et de contextualisation des activités menées par les gens.* » (Berger, 2005, p.41). Face à cela, les anthropologues ont proposé une grande variété de nouvelles « totalités » pouvant servir à contextualiser l'analyse : il en va ainsi du « global ecumene » de Hannerz, du dispositif du « bio-pouvoir » de Foucault repris par Ong (1999) et du « système-monde » de Wolf (cités dans Berger, 2005, pp.45-60). S. Cousin et B. Réau (2009) soulignent quant à eux que la notion même de mobilité peut aujourd'hui servir de catégorie de totalité : « *Un nombre grandissant d'auteurs conçoivent la mobilité comme un nouveau paradigme pour penser le monde, susceptible de supplanter le concept de société jugé de plus en plus inopérant.* » (p. 92)

De la même manière que les catégories ou totalités manipulées lors de l'analyse doivent être repensées, les manières de mener l'enquête ethnographique de terrain ont été largement discutées et revêtent aujourd'hui de multiples visages. Berger en distingue quatre. A côté de l'enquête « classique » malinowskienne (basée sur le trio « un ethnographe, une population, un lieu »¹⁴²), d'autres approches ont émergé : l'une d'elles rompt avec l'idée que le lieu du terrain serait clairement et factuellement délimité et « protégé » des influences extérieures. Dans cette optique, qui prend en compte les échanges permanents qui existent entre toutes les sociétés et va ainsi à l'encontre de l'idée que certaines seraient « isolées », il s'agit — tout en menant une enquête localisée — d'élaborer le choix du site par rapport à un projet théorique plus large, axé sur la construction d'une unité d'analyse qui couvre l'ensemble de la planète (Berger, 2005, p. 111). Une autre option est d'investir un terrain non pas seul (un ethnographe) mais à plusieurs, en décidant d'une répartition des tâches dans le travail d'enquête. Enfin, la dernière option est l'enquête itinérante et multi-située telle qu'elle a été définie par

¹⁴² Une association souvent réitérée qui mériterait d'être nuancée dans la mesure où B. Malinowski, considéré comme le fondateur de l'enquête ethnographique localisée, ne se contenta pas d'un terrain unique mais séjourna dans plusieurs archipels de l'est de la Papouasie Nouvelle-Guinée, comme il le dit au début de son ouvrage : « *Ma connaissance personnelle des diverses tribus est, quoique fort inégale, basée sur un long séjour parmi les insulaires trobriandais (section I) ; sur un mois d'étude dans les Amphletts (section III) ; sur quelques semaines passées dans l'île Woodlark ou Murua (section II), dans les environs de Samarai (section V) et sur la côte sud de la Nouvelle-Guinée (V également) ; et sur trois courts séjours à Dobu (section IV).* » (1996 : p.89).

l'anthropologue américain G. Marcus (1995). Cette dernière est particulièrement propice à l'étude des flux engendrés par la mondialisation. Elle répond aux exigences méthodologiques nouvelles de l'étude des réconfigurations contemporaines du social puisque, par définition, ce type d'enquête permet d'étudier des objets mouvants.

Pour définir ce dernier mode d'enquête, Marcus insiste notamment sur les différences entre enquête multi-située et approche comparative « classique ». Alors que la « comparaison conventionnelle » en anthropologie opère généralement entre deux unités conceptuelles (communautés, peuples, etc.) définies au préalable comme étant équivalentes, dans l'enquête multi-située en revanche :

Comparison emerges from putting questions to an emergent object of study whose contours, sites, and relationships are not known beforehand, but are themselves a contribution of making an account that has different, complexly connected real-world sites of investigation. The object of study is ultimately mobile and multiply situated, so any ethnography of such an object will have a comparative dimension that is integral to it, in the form of juxtapositions of phenomena that conventionally have appeared to be (or conceptually have been kept) « worlds apart ». (Marcus, 1995, p.102).

L'un des traits caractéristiques des recherches multi-situées est qu'elles sont toutes basées sur le fait de tracer des liens, des juxtapositions, des connections entre divers lieux. Mais les formes qu'elles revêtent peuvent être différentes en fonction de l'objet étudié. Il s'agit aussi bien de suivre des personnes, des objets, des idées, des symboles que des signes, des conflits, et ainsi de suite. L'objet de l'étude est défini au cours de l'enquête et au grès des déplacements de l'enquêteur lui-même. A travers ce mouvement, l'identité conceptuelle de l'objet émerge peu à peu :

these techniques might be understood as practices of construction through (preplanned or opportunistic) movement and of tracing within different settings of a complex cultural phenomenon given an initial, baseline conceptual identity that turns out to be contingent and malleable as one traces it. (Marcus, 1995, p.106).

L'étude du tourisme, en tant que phénomène étroitement lié à la mondialisation, ne peut échapper aux interrogations d'ordre méthodologique qui agitent l'anthropologie dans son ensemble. Je propose, à partir de ce rapide aperçu des questionnements méthodologiques récents et de la typologie des modes d'enquête proposée par Berger (2005), de se demander quelles ont été les méthodes privilégiées dans l'étude anthropologique du tourisme et quel(s) renouveau(x) potentiel(s) ces dernières connaissent actuellement. Des approches encore considérées comme « nouvelles » et qui ne font pas consensus, comme l'enquête multi-située, ont-elles une place dans ce champ d'étude? Est-ce que l'approche « multi-située » peut être

appliquée heuristiquement à l'étude du tourisme? A quels types de questions permettrait-elle de répondre en particulier?

II. L'anthropologie du tourisme et l'étude des communautés locales

Les anthropologues du tourisme ont d'abord choisi d'appréhender ce phénomène du point de vue de ses effets sur des entités sociales définies localement, ces entités étant les unités d'analyse « classiques » de l'anthropologie. Il s'agit, dans cette perspective, comme dans l'étude de J. Michaud (1996; 1997) sur le Ladakh ou sur le tourisme chez les Hmong de Thaïlande, de comprendre l'impact du tourisme sur l'organisation sociale d'une communauté ou d'un groupe villageois (J. Michaud parle de « société locale »). Pour V. L. Smith (1989), l'un des pionniers de l'anthropologie du tourisme, ce type d'approche est le meilleur qui soit. Dans cette perspective, le tourisme est considéré comme une force allogène, un vecteur d'influence extérieur mais qui peut être appréhendé à une échelle locale.

Prenons l'exemple de l'étude de J. Michaud sur le tourisme dans le Ladakh : celui-ci commence par dresser un portrait de cette société du Kashmir indien, en s'arrêtant aussi bien sur la religion, l'économie, la parenté que l'organisation politique. Il ne présente pas la société du Ladakh comme figée dans un présent éternel, mais insiste au contraire sur les changements incessants que celle-ci a connus au cours de l'histoire, à travers l'influence de plusieurs forces exogènes (commerçants musulmans, colons britanniques, etc.). Le tourisme, qui se développe à partir de l'ouverture de la région aux étrangers en 1974 n'est, dans cette perspective, qu'un nouveau facteur du changement social. L'introduction de devises étrangères renforça l'intégration du Ladakh à l'économie indienne et l'économie mondiale. Le tourisme entraîna également une augmentation des emplois salariés et des migrations de travailleurs saisonniers en provenance de régions indiennes voisines (Michaud, 1996, p. 293). Ces travailleurs se concentrèrent bien souvent sur une partie seulement des emplois du marché touristique, notamment ceux de l'hôtellerie et de la vente de souvenirs, alors que les Ladakhi occupaient eux les emplois de guides et d'artisans. En ce qui concerne les structures de pouvoir, Michaud note que l'on observe désormais une superposition, avec de multiples interférences, entre le système traditionnel fondé sur les principes d'aînesse, et le système démocratique de l'Etat indien. Les deux dimensions de l'impact du tourisme, économique et politique, mènent ainsi toutes deux à une nouvelle configuration sociale : « *onto a traditional power structure based on a strong clergy and an historically rooted monarchical regime was grafted a commercial bourgeoisie of tourist industry entrepreneurs.* » (p. 296).

Dans un chapitre de l'ouvrage collectif *Tourism, Ethnicity and the State in Asian and Pacific*

Societies, ce même auteur propose l'étude de l'impact du tourisme par une « étude intensive » d'un village particulier de Chiang Mai, au nord de la Thaïlande. Dans ce village, depuis les années 1980, des randonneurs sont amenés par des guides Thaï pour y passer la nuit. Ces randonneurs devenant de plus en plus nombreux, il fut bientôt impossible pour les Hmong les accueillant de faire face à la fois à cette demande grandissante et à la nécessité de s'occuper de leurs cultures vivrières. Les foyers marginaux, caractérisés par leur pauvreté et, souvent, une dépendance à l'opium de l'un des membres du foyer (Michaud, 1997, p. 141), prirent peu à peu en charge les touristes. Pour ces derniers qui, comme le note Michaud, avaient déjà abandonné la culture de la terre et les obligations lignagères qui l'accompagnent avant l'arrivée des touristes, cette dernière améliore donc considérablement leur situation. Michaud conclut que chez les Hmong, les activités commerciales, en particulier le tourisme, ne s'inscrivent pas dans les activités hmong traditionnellement désirables car elles ne rendent pas nécessaire la mise en jeu de la coopération lignagère. Il souligne que le tourisme sert ainsi de révélateur aux éléments caractéristiques de la structure sociale de la société hôte (p. 148).

Si l'on considère à présent les travaux anthropologiques qui s'intéressent plutôt aux dynamiques identitaires engendrées par le tourisme, on note que les unités sociales locales sont, dans une certaine mesure, encore privilégiées comme unités d'investigations ethnographiques, même si ces études insistent sur les jeux d'influences réciproques qui existent entre différents acteurs et différentes échelles du social (Adams, 1997; Cauvin Verner 2004; Géraud, 2002; Picard, 1995; Sissons, 1999).

Les enquêtes de terrain mobilisées dans ce type d'approche relèvent plutôt de la deuxième catégorie définie par Berger : ce ne sont pas exactement des enquêtes « malinowskiennes » dans le sens où il ne s'agit pas seulement d'étudier une communauté « autonome » en elle-même mais de comprendre des pratiques locales par rapport à des mécanismes sociaux globalisés. Il s'agit d'étudier des pratiques et discours localisés à partir d'interrogations qui portent sur un phénomène dont le caractère mondialisant ou mondialisé est reconnu. Ces approches permettent toutes de mettre en évidence des mécanismes centraux dans les processus de « passage au tourisme » des sociétés locales.

D'autres approches sont possibles, qui essaient d'intégrer dans la démarche même du chercheur les flux qui sont au cœur des activités touristiques. C'est ce que je propose à présent d'examiner à travers les exemples de recherches méthodologiquement innovantes et une réflexion sur ma propre démarche dans l'étude des performances touristiques polynésiennes. La question qui m'intéresse plus particulièrement ici est de savoir quel peut

être l'apport d'une approche non plus uni mais multi-située dans l'étude du tourisme. Quels sont ses avantages, à quelles questions permettrait-elle de répondre et comment la mettre en place?

III. L'étude des flux touristiques par l'enquête multi-située

Comme mentionné précédemment, le champ d'application de l'enquête multi-située défini par Marcus (1995) est potentiellement sans limite. Pour appliquer ce type d'enquête à l'étude du tourisme, il faut se demander à quels aspects du phénomène elle peut l'être le plus utilement. Les mouvements générés par les pratiques touristiques sont nombreux, et ils ont plus ou moins été pris en considération en tant que tels par les anthropologues. Les flux de personnes ont plutôt tendance à être un objet d'étude de la géographie. L'anthropologue E. Bruner (1996) a néanmoins réalisé une enquête itinérante lui permettant de suivre un groupe de touristes visitant l'Indonésie, en devenant leur guide. Il s'agissait alors plus, pour lui, de faire l'ethnographie de ce groupe que de prendre comme objet d'étude la mobilité de celui-ci. Les touristes ne sont pas les seuls concernés par le mouvement. Les pratiques touristiques peuvent aussi être étroitement liées à – voire induire – des mouvements dans les sociétés « hôtes ».

M. Lassibile (2006), anthropologue africaniste, révèle ainsi les réseaux qui se tissent et les déplacements de personnes induits à l'échelle internationale par l'activité touristique chez les WoDaaBe (sous-groupe peul du Niger). Les danseurs woDaaBe se retrouvent en effet invités sur les scènes de festivals européens par des touristes qui ont visité le Niger. Elle-même a effectué des observations dans ces différents contextes (ceux des spectacles touristiques au Niger et des festivals en Europe), suivant ainsi son objet en mouvement. Elle se revendique explicitement d'une démarche « multi-située » ou « itinérante » (Lassibile, 2006, p. 127). De même, J. Raout (2009), qui étudie le « tourisme musical » – essentiellement orienté vers l'apprentissage ou la pratique du *jembé* – en République de Guinée, propose de mener à bien cela « *en replaçant le phénomène dans le cadre de l'accélération des transformations musicales et de la circulation des artistes depuis la décolonisation* » (p. 175). Il effectue des entretiens aussi bien en France qu'en Guinée, se penche sur la circulation des artistes guinéens et les réseaux transnationaux qui permettent à ce type de tourisme d'émerger¹⁴³ et pratique une « *une observation participante multi-située, entre la France et la Guinée* », devenant tour à tour apprenti et musicien accompagnateur dans les ballets guinéens ou les cérémonies (p. 176).

¹⁴³ La diaspora guinéenne joue un rôle fondamental dans le développement de ce tourisme, dont les tours opérateurs sont absents.

Outre la circulation de personnes, de danses et de musiques, le tourisme induit un autre type de circulation (parmi bien d'autres encore qu'il serait possible de mentionner) : celui des techniques de représentation utilisées pour mettre en scène les cultures locales. Le travail de l'anthropologue américaine A. Bunten (2008) a permis, à mon sens, de mettre en lumière ce type de flux. Comme elle le souligne :

Perhaps the most glaring feature of cultural commodification in the tourism setting is the routinization of cultural representation. Most cultural-tourism sites follow predictable formats, presenting aspects of local culture that are fixed in a precolonial past, in which men and women on display follow gender roles, wear traditional garb, and perform traditional songs and dances (Bunten, 2008, p. 385).

Pour mieux appréhender ce caractère homogénéisateur du tourisme, A. Bunten (2008) a proposé le concept de « *cultural-tourism formula* », celle-ci étant caractérisée par quelques éléments invariables, dont un protocole d'accueil, la médiation d'un guide, une mise en pratique de la langue locale, des détails architecturaux « traditionnels », une prestation de musique et de danse, une boutique de souvenirs et, souvent, une démonstration de l'artisanat local (fabrication ou utilisation de certains objets) (p. 385).

Ce type de formule se retrouve très communément dans le Pacifique. Quelle que soit la destination choisie, des « performances touristiques » sont proposées, qui sont essentiellement constituées d'une démonstration de danses ^{et de musique}, d'un repas cuit au four polynésien (four semi-enterré), et dans lesquelles l'on trouve également les principaux traits caractéristiques de la formule culturelle-touristique définie par Bunten.

C'est à l'expérience des terrains effectués pour mon doctorat que j'ai réalisé peu à peu l'ampleur des ressemblances entre les performances touristiques des différents pays polynésiens. Lorsque je commençai mon terrain dans l'archipel de Tonga, en Polynésie occidentale, dans l'un des premiers spectacles touristiques auxquels j'assistai, je fus surprise de voir des danses samoanes identiques à celles que j'avais observées dans une autre performance touristique en Nouvelle-Zélande, à quelques 2000 kilomètres de là. De plus, dans les deux cas, ces danses étaient présentées au public étranger à l'aide de plaisanteries identiques. Un examen plus attentif de la littérature anthropologique sur le sujet est ensuite venu confirmer ces premières observations : que ce soient les travaux de J. Mageo (2008) à Sāmoa, de J. Desmond (1999) à Hawaï'i ou de K. Alexeyeff (2009) aux Iles Cook, tous mentionnent l'existence de cette même manière de représenter les cultures polynésiennes locales. Les principaux facteurs expliquant ces circulations sont sans doute les nouveaux moyens de communication et les phénomènes migratoires contemporains.

Ma propre circulation d'un archipel (Nouvelle-Zélande) à un autre (Tonga), ainsi qu'entre différents lieux de spectacle au sein d'un même archipel, m'a donc permis d'envisager sous un jour nouveau un objet d'étude que je n'avais auparavant abordé que d'un point de vue localisé. Ayant d'abord mené une étude de master sur les performances touristiques *māori* dans l'île du Sud de la Nouvelle-Zélande uniquement, j'étais arrivée à la conclusion que ces dernières pouvaient être un lieu d'affirmation identitaire stratégique pour ceux qui les réalisent. Les observations menées au cours d'enquêtes réalisées ultérieurement, d'abord à Wellington et Rotorua (Ile du Nord de la Nouvelle-Zélande) puis à Tonga, me permirent de comprendre que je ne pouvais m'en tenir à ces conclusions : l'affirmation selon laquelle les spectacles touristiques sont le lieu d'une expression identitaire particulière ne peut se passer d'une interrogation sur la manière dont cette affirmation se fait. Certes, les acteurs *māori* ont le sentiment de donner à voir les éléments essentiels de leur culture et de leur identité, et dès lors on ne peut que constater qu'ils le font. Mais comment est-il possible que, pour ce faire, ils aient recours à des types de représentation qui, dans leur forme, et parfois dans leur contenu, ne sont pas uniques mais sont utilisés dans d'autres pays, pour la mise en scène d'autres cultures? Cette question s'impose avec d'autant plus de force que les contextes socio-politiques tongien et néo-zélandais sont extrêmement différents. Ma problématique se trouvait donc entièrement remise en cause par cette approche comparative et multi-située.

Dans ce cas, l'enquête itinérante sert moins à suivre un objet connu au préalable pour être un objet mouvant, qu'à construire cet objet et à développer une problématique : j'ai peu à peu construit mon objet d'étude – les performances touristiques – en circulant d'un lieu de représentation à un autre, découvrant chaque fois des similarités que je ne soupçonnais pas initialement. L'enquête multi-située ne permet donc pas seulement d'étudier des trajectoires ou des flux, mais aussi de définir ou faire émerger de nouveaux objets d'étude dont le caractère mondialisé ne peut être pleinement appréhendé par une enquête localisée. Pour le dire comme Marcus (1995), la construction de l'objet fait intégralement partie de l'enquête itinérante.

IV. Conclusion

Les différents types d'enquête utilisés en anthropologie peuvent tous être appliqués à l'étude du tourisme. La pertinence de chaque méthode dépend du type d'objet choisi et des questions soulevées. Utilisée dans le cadre de l'étude du tourisme, l'enquête multi-située permet de rendre compte d'une réalité en mouvement et d'étudier les flux qui sont au cœur des pratiques touristiques, comme M. Lassibile (2006) et J. Raout (2009) l'ont fait dans le cas de personnes, de techniques musicales et de danses. Elle permet également de construire et d'éclairer l'objet

de recherche d'une manière particulière, différente de l'éclairage qu'apporterait une étude localisée, comme ce fut le cas pour ma propre étude des performances touristiques polynésiennes. Le déplacement du chercheur, s'il n'est pas indispensable dans l'étude anthropologique du tourisme, peut donc être bénéfique pour la construction et l'étude de certains objets et pour répondre à des questions spécifiques.

Bibliographie

ADAMS, Kathleen, « *Touting Tourist “Primadonas” : Tourism, Ethnicity, and National Integration in Sulawesi, Indonesia* », in PICARD, Michel et Robert E. WOOD (dir.), *Tourism, Ethnicity and the State in Asian and Pacific Societies*, Honolulu, University of Hawai'i Press, pp. 155-180, 1997.

ALEXEYEFF, Kalissa, *Dancing from the heart. Movement, gender and Cook Islands Globalization*, Honolulu, University of Hawaii Press, 2009.

APPADURAI, Arjun, *Après le colonialisme : les conséquences culturelles de la mondialisation*, Paris, Payot, 2005.

BERGER, Laurent, *Les nouvelles ethnologies*, Paris, Armand Colin, 2005.

BRUNER, Edward, « *The Ethnographer/Tourist in Indonesia* », in LANFANT Marie-Françoise, John B. ALLOCK et Edward M. BRUNER (dir.), *International Tourism, Identity and Change*, Londres, Sage Publications, pp. 224-241, 1995.

BUNTEN, Alexis, « *Sharing Culture or Selling Out? Developing the commodified persona in the heritage industry* », *American Ethnologist*, vol. 35, n° 3, pp. 380-395, 2008.

CAUVIN VERNER, Corinne, *Au désert*, Paris, L'harmattan, 2007.

COUSIN, Saskia et Bertrand RÉAU, *Sociologie du tourisme*, Paris, La découverte, 2009.

DESMOND, Jane, *Staging Tourism : Bodies on Display from Hawaiki to Sea World*, Londres et Chicago, University of Chicago Press, 1999.

DOQUET, Anne et Olivier EVRARD, « *Introduction* », *Civilisations*, vol. LVII, n°1-2, pp. 9-22, 2008.

GÉRAUD, Marie-Odile, « *Esthétiques de l'authenticité : Tourisme et touristes chez les Hmong de Guyane française* », *Ethnologie Française*, vol. 32, n°3, pp. 447-459, 2002.

GODELIER, Maurice, *Au fondement des sociétés humaines. Ce que nous apprend l'anthropologie*, Paris, Albin Michel, 2007.

LASSIBILE, Mahalia, « *Les danses woDaaBee entre spectacles touristiques et scènes internationales : les coulisses d'une migration chorégraphique* », *Autrepart*, n° 40, pp.113-129, 2006.

MAGEO, Jeanette, « *Zones of ambiguity and identity politics in Samoa* », *Journal of the Royal Anthropological Institute*, vol. 14, n°1 : pp. 61-78, 2008.

MALINOWSKI, Bronislaw, 1996 (1922), *Les Argonautes du Pacifique Occidental*, Paris, Gallimard.

MARCUS, George E., « *Ethnography in/of the World System : The Emergence of Multi-Sited Ethnography* », *Annual Review of Anthropology*, n° 24, pp. 95-117, 1995.

MICHAUD, Jean, « *A portrait of cultural resistance : the confinement of tourism in a Hmong village in Thailand* », in PICARD, Michel et Robert E. WOOD (dir.), *Tourism, Ethnicity and the State in Asian and Pacific Societies*, Honolulu, University of Hawai'i Press, pp.128-154, 1997.

__« *A Historical account of modern social change in Ladakh (Indian Kashmir), with special attention paid to tourism* », *International Journal of Comparative Sociology*, vol.37, n°3-4, pp. 286-300, 1996.

PICARD, Michel, « *Cultural heritage and Tourist Capital : Cultural Tourism in Bali* », in M.F. LANFANT, John B. ALLOCK et Edward M. BRUNER (dir.), 1995, *International Tourism, Identity and Change*, Londres, Sage Publications, pp. 44-66, 1995.

RAOUT, Julien, « *Au rythme du tourisme. Le monde transnational de la percussion guinéenne* », *Cahier d'Etudes Africaines*, vol. XLIX (1-2), n°193-194, pp.175-201, 2009.

SISSONS, Jeffrey, *Nation and Destination : Creating Cook Islands Identity*, *Institute of Pacific Studies*, University of the South Pacific, Suva, 1999.

SMITH, Valene, L., « *Eskimo tourism : Micro-models and marginal men. In Hosts and guests : the anthropology of tourism* », in SMITH Valene L. (ed.), *Hosts and guests : the Anthropology of Tourism*, Philadelphia, University of Pennsylvania Press, pp. 55-82, 1989.

5.4. Une approche ethnoécologique pour étudier le rapport sensible des touristes à un espace naturel : quelles adaptations méthodologiques ?

Florence REVELIN

Muséum national d'histoire naturelle (Paris)

Florence REVELIN (revelin@mnhn.fr) est doctorante en anthropologie de l'environnement au Muséum national d'histoire naturelle (Paris) depuis 2009. Ses recherches abordent la question du tourisme dans des sites du Patrimoine mondial, classées sur la base de critères mixtes (naturels et culturels). Son approche comparative repose sur l'étude des perceptions et représentations paysagères et des pratiques touristiques dans deux sites européens de montagne. Ses travaux de thèse portent plus largement sur la mise en tourisme de ces deux aires labellisées et antérieurement protégées par divers systèmes tels que des parcs nationaux et des réserves naturelles.

Résumé

Cet article retrace les choix et adaptations méthodologiques mis en œuvre pour l'étude de la construction du rapport sensible au lieu par les touristes de deux sites européens de montagne, classés par l'UNESCO. L'approche de l'anthropologie de l'environnement (ou ethnoécologie) a été le support des enquêtes de terrain. La production des données a suivi une démarche qualitative et empirique, basée sur trois types de corpus complémentaires permettant d'aborder une diversité de situations d'interactions entre touriste et espace visité : un corpus observationnel, un corpus discursif et un corpus photographique.

Mots clés: ethnoécologie, rapport au lieu, observation, discours, photo elicitation interview

Abstract

This paper traces the methodological choices and adaptations employed to study the construction of relationships to places by tourists in two UNESCO labelled European mountain sites. Fieldwork investigations were based on an environmental anthropology (or ethnoecology) approach. Data production followed a qualitative and empirical approach, based on three complementary kinds of data - observation, discourse and photography - that allow a variety of diverse tourist-site interactions to be addressed.

I. Introduction

L'anthropologie de l'environnement, ou ethnoécologie, est spécialisée dans l'étude des rapports nature-société. Elle examine les savoirs et les pratiques de l'homme sur la nature en considérant les systèmes socioculturels dans lesquels ils s'insèrent (Bahuchet, 1979 ; Roué et Nakashima, 2002 ; Descola, 2005). Davantage tournée vers l'étude des sociétés traditionnelles et de leur rapport à l'environnement, cette approche interdisciplinaire se diversifie également dans l'étude des sociétés modernes. Elle aborde ainsi des sujets variés, comme par exemple les systèmes agro-pastoraux, la nature en ville, les processus et systèmes de protection de la nature, ou la mise en tourisme de milieux naturels. Cette approche repose largement sur les outils et les concepts de l'anthropologie. Mais elle puise aussi dans d'autres champs disciplinaires les outils pertinents pour aborder ces thématiques variées. La géographie humaine, la sociologie, la *political ecology* ou l'ingénierie écologique contribuent par exemple à cerner des objets complexes.

Cet article s'intéresse en particulier à l'adaptation des méthodes de recherche préconisées par cette approche ethnoécologique pour l'étude du tourisme dans des milieux naturels protégés et labellisés. En d'autres termes, comment adapter les méthodes de recueil des données à l'étude du tourisme de nature, ou comment cet objet de recherche amène à problématiser et penser les méthodes de recueil des données ?

J'aborde ici le cheminement d'une démarche empirique tournée vers l'analyse de la construction du rapport au lieu par les touristes rencontrés dans deux sites inscrits sur la Liste du patrimoine mondial. Cet article se base sur des travaux de terrain réalisés entre 2008 et 2011, à l'occasion de plusieurs enquêtes menées dans les sites *Laponia* (Suède) et *Pyrénées-Mont Perdu* (France - Espagne), pendant les périodes de forte fréquentation touristique (été et hiver). Ce sont deux régions européennes de montagne où la pratique de la randonnée pédestre et à ski est particulièrement développée.

II. Segmenter pour mieux « zoomer » : constitution de trois corpus de données complémentaires

L'approche de l'anthropologie de l'environnement préconise une immersion longue sur le terrain, la pratique de l'observation participative et la réalisation d'entretiens semi-directifs orientés vers l'étude des savoirs et des pratiques de l'homme sur la nature. Dans le cas d'enquêtes auprès des touristes, la posture de recherche mérite une réflexion particulière : l'expérience touristique n'est pas un phénomène observable de manière holistique au sens où

l'on pourrait par exemple observer l'expérience de mise en culture d'un champ dans une région donnée. Elle se développe au contraire de manière diverse et complexe, souvent à travers des situations singulières. Pour comprendre le rapport sensible au lieu que les touristes développent dans les deux aires étudiées, j'ai fait le choix d'observer cette expérience touristique par segments, c'est-à-dire en focalisant l'enquête sur différents aspects, comme par exemple les pratiques, la sociabilité, les récits de voyage, les situations d'interaction ou la mémoire sensible. Comment la production des données est-elle orchestrée dans ce cadre ?

J'ai cherché à saisir cette relation sensible au lieu à travers ses diverses manifestations. Je me suis notamment intéressée à des situations de médiation, qui mettent en scène des intermédiaires entre touriste et lieu visité, pour cerner comment ces intermédiaires jouent un rôle dans l'expérience touristique et comment ils contribuent à façonner la relation au lieu. Le recueil des données de terrain s'est construit autour de trois types de corpus complémentaires, reprenant partiellement la typologie d'Olivier de Sardan (2008) :

- D'abord un corpus observationnel, faisant référence à la démarche de l'observation participante. Outre une immersion prolongée dans des localités choisies, j'ai adopté des démarches d'observation plus approfondies pour étudier des espaces d'interaction singuliers, tels que des offices de tourisme, des auberges et refuges de montagne, des « points rencontres » organisés entre agents de parcs nationaux et touristes, ou des groupes de randonnée.
- Ensuite un corpus discursif, basé sur différentes méthodes d'entretiens (individuels et en groupes, formels et informels) conçues comme une combinaison entre consultation et expérience des informateurs, qui ont été sollicités à la fois pour leurs connaissances des sites et de la pratique de la randonnée (savoirs) et pour leurs vécus (récits de vie relatifs à leurs liens personnels et sensibles aux lieux, ou à l'expérience de la montagne en général).
- Enfin un corpus photographique, pour accéder à des données sur les perceptions et représentations paysagères des touristes. J'ai mobilisé une méthode développée à travers de nombreux empreints méthodologiques et aller-retour conceptuels entre l'anthropologie visuelle américaine et la géographie humaine : la « photo elicitation interview » (Collier et Collier, 1986 ; Harper, 2002 ; Bigando, 2006). A travers une démarche de photographie participative, cette méthode permet d'accéder à une mémoire sensible des lieux visités et photographiés.

Les divers outils méthodologiques mobilisés offrent la possibilité d'osciller entre d'une part, une posture très ouverte qui vise à laisser parler le quotidien du terrain, sans intervenir directement dans l'émergence des données (immersion et observation), et d'autre part, des enquêtes très ciblées, qui visent à produire des données sur un thème déterminé pour approfondir l'enquête (entretiens basés sur les photographies prises par les touristes). La grande variabilité des situations d'observations et d'entretiens a alimenté un corpus diversifié, articulé autour de différents gradients entre une approche « micro » centrée sur l'individu et son expérience personnelle et une approche « macro » centrée sur le groupe et la construction sociale du rapport au lieu.

III. Observer des espaces d'interaction

La production du corpus de données observationnelles repose sur des choix directement influencés par les spécificités des terrains. Analyser l'expérience touristique dans un espace donné, c'est d'abord chercher à saisir quand, comment et où cette expérience se développe. De tels espaces ont donc fait l'objet d'une attention particulière. J'ai privilégié la diversité des observations, en abordant différents types d'espaces d'interaction : je me suis intéressée aussi bien à des lieux où se créent des fortes relations de sociabilité, qu'à des moments forts de la construction du rapport au milieu naturel visité. Ce choix de la diversité vise à saisir la complexité de la construction du rapport à l'espace dans l'expérience touristique.

L'office de tourisme : portail d'information et vitrine de la visite

L'office de tourisme est fréquemment la première étape de la visite d'une localité. C'est en quelque sorte le seuil de la visite touristique. C'est d'abord un espace d'information majeur. Mais c'est aussi un espace codifié, où chacun revêt un rôle bien défini. D'un côté, le personnel, majoritairement des habitants de la région, doit être capable de répondre à un ensemble vaste et diversifié de questions d'ordre pratique ou informatif. De l'autre, le visiteur en quête d'information se glisse dans la peau du touriste en pénétrant cet office qui est spécifiquement dédié à améliorer et guider le déroulement de sa visite. Outre donc une structure capable de fournir à l'enquête ethnologique de riches informations sur la mise en tourisme de la localité, l'office est un espace d'interaction majeur entre visiteur et lieu visité. J'ai réalisé de nombreuses observations dans les offices de tourisme des municipalités qui portent les territoires labellisés, aussi bien dans le site Franco-Espagnol qu'en Suède. En particulier durant mes enquêtes dans le site *Pyrénées-Mont Perdu*, j'ai été accueillie à l'office du tourisme d'un village du versant français. Je disposais d'un petit espace de travail (bureau)

à l'étage et pouvais me déplacer librement dans cet espace et intégrer sa « vie quotidienne ». En me plongeant dans l'atmosphère du lieu, j'ai pu premièrement étudier son fonctionnement interne et deuxièmement observer les interactions qui se créent avec les visiteurs. J'étais en contact prolongé avec les employées de l'office chargées de l'accueil des touristes, la chargée de communication pour la station de ski et le directeur, qui sont tous devenus des informateurs privilégiés. J'ai approfondi mes observations sur la manière dont ils s'approprient et perçoivent leur travail à l'interface entre visiteur et visité, et comment ils influencent la manière de délivrer l'information et de présenter la région aux visiteurs.

L'office canalise certains types de touristes et en particulier les moins « spécialistes » du lieu. Les demandes sont largement axées sur les aspects logistiques et organisationnels de la visite. Les statistiques produites par l'office montrent la prédominance des demandes concernant les activités (surtout des questions sur la randonnée), puis les questions d'hébergements et les conditions météorologiques ou l'enneigement en hiver. Il s'agit donc pour le personnel de délivrer une information d'ordre pratique, relativement répétitive, qui prend un aspect mécanique et participe à détacher les employées d'une démarche de valorisation de leur région. Les interactions qui se créent au sein de l'office forgent des regards sur la figure du touriste. En été par exemple, la forte fréquentation alimente un discours et un imaginaire sur le « tourisme de masse », où le touriste amateur est souvent stigmatisé. Finalement, dans cet espace, les observations ont montré que la valorisation et l'imaginaire ou les représentations associées au site se construisent davantage via les ressources audiovisuelles et documentaires de communication que par l'échange entre visiteur et accueillant. L'enquête dans de tels espaces est donc largement enrichie par l'étude de ces ressources documentaires, qui jouent un rôle de présentation et de valorisation touristique de certains aspects du site. Elles participent à forger l'image du lieu en alimentant un imaginaire touristique et constituent un vecteur important de la « canalisation » des touristes dans la région.

Immersion dans des structures collectives d'hébergement – auberges, refuges, stations de montagne

La préparation de chaque terrain passe par une phase logistique et notamment la recherche d'un hébergement. C'est une phase similaire à la préparation du séjour par les touristes, qui considèrent les mêmes types de critères en fonction de leurs propres exigences (coût, localisation, confort, habitudes, etc). Mes recherches abordent en particulier la catégorie des touristes qui pratiquent la randonnée, c'est-à-dire ceux qui pénètrent davantage les sites étudiés. J'ai cherché à m'immerger dans les structures d'hébergement qu'ils fréquentent,

d'une part pour y développer des observations sur leur fonctionnement et leur rôle dans l'expérience touristique, mais aussi pour favoriser le cadre d'une rencontre féconde avec ces touristes. J'ai donc contacté les différentes structures d'hébergements collectifs des localités étudiées (gîtes de groupes, auberges, refuges, campings, stations de montagne), en expliquant aux gérants ma démarche de recherche et ma volonté de séjourner dans chaque structure pour une durée prolongée (plus longtemps qu'un séjour touristique classique). Je mentionnais la possibilité d'être en contact avec les touristes qui partageraient ces hébergements et la possibilité pour moi de les interroger. Vivant au rythme de ces structures, j'ai parfois pu tisser des liens plus étroits avec leurs gérants ou certains touristes de long séjour, qui sont devenus des informateurs clés.

Pour illustrer brièvement cette posture d'enquête par immersion, j'évoquerai d'abord mon séjour de plusieurs semaines dans un gîte de groupe pyrénéen, puis mon expérience d'immersion dans les stations et refuges de montagne en Laponie. Aménagée dans une ancienne grange, l'auberge pyrénéenne joue sur l'« authenticité » d'un gîte rural de montagne, avec de nombreux symboles et objets de décoration rappelant la vie pastorale en montagne. Les plats servis sont au cœur de cette logique : entièrement « faits maison », copieux, les repas sont pris collectivement sur des grandes tables où groupes de touristes constitués et solitaires se retrouvent ensemble, selon les plans de table indiqués par les gérants. Cette pratique de placement, usuelle dans les refuges qui offrent la demi-pension, est importante dans la construction de la convivialité et des échanges entre hôtes (Cazenave-Piarrot, 2009). Été comme hiver, la soirée et en particulier le dîner sont les moments forts de la sociabilité pour les touristes, qui sont en montagne la journée. Ce sont donc ces moments que j'ai observés en y participant pour en recueillir l'essence. Ils m'ont permis de comprendre quels types d'échanges y prennent place et leur rôle dans la construction sociale des figures dérivées du « touriste ». Ils constituent un aspect de l'élaboration du rapport « typique » à la région et du tissage des liens entre visiteurs et accueillants. Dans *Laponia*, j'ai recouru de manière similaire à cette posture d'immersion dans deux types d'infrastructures touristiques collectives : les stations de montagnes et les refuges de montagne, la station étant une version plus dense et plus équipée du refuge. Les stations sont plus accessibles, constituant des seuils ou des étapes importantes de la randonnée. Les refuges sont des structures rudimentaires de petites tailles, destinées à ponctuer la randonnée par différentes étapes. Les stations sont à la fois des lieux de passage et des lieux de séjour, tandis que les refuges sont dédiés plus exclusivement au passage des marcheurs. En Suède, une association nationale détient le

monopole quasi complet de ce type de structures touristiques : STF (Svenska Turistföreningen - association centenaire, plus ou moins l'équivalent suédois du Club Alpin Français). Dans le site *Laponia*, j'ai séjourné longuement dans ces structures STF et étudié comment elles orchestrent et entretiennent une tradition de l'expérience touristique en montagne, en jouant sur la valorisation du « plein air », de l'hébergement collectif modeste et de la pratique de la randonnée pédestre et à ski.

Je soulignerai ici que la pratique d'immersion et d'observation des hébergements collectifs en montagne a été particulièrement riche pour le travail d'analyse comparative entre les deux sites étudiés : ce sont en effet des espaces majeurs de la vie sociale du tourisme en montagne, qui sont d'une part fortement marqués par les spécificités de chaque aire culturelle, et d'autre part suivent un système de codes très précis, relatif à la pratique de la randonnée en général. Les refuges de montagne sont en particulier des lieux hautement codifiés et normés.

Initier le touriste à l'observation du patrimoine naturel via les « points rencontre » du Parc national

L'expérience touristique en montagne se construit largement à l'occasion de sorties dans la nature. J'ai cherché à saisir la relation au milieu naturel à des moments où elle se créait. Une situation d'observation riche fut la participation à plusieurs « points rencontres » organisés par le Parc national des Pyrénées, dans le site *Pyrénées-Mont Perdu*. Ce sont des événements ponctuels planifiés différemment dans chaque secteur du Parc. J'ai sollicité les agents du Parc pour les accompagner et assister à trois « points rencontres ». Il s'agit d'une rencontre provoquée sur le terrain (dans la zone cœur du parc) entre un agent du parc et des touristes de passage à ce point. Elle vise à sensibiliser ces « passants » à l'observation de la faune environnante peu perceptible pour les non initiés. L'agent se poste durant deux heures à un point passager, près d'un sentier fréquenté et propose aux passants d'observer un animal sauvage à la longue vue. Lors de mes enquêtes, j'observais d'une part le déroulement ces rencontres, la posture des touristes dans cette médiation vers l'observation du milieu naturel, et d'autre part les échanges qui s'y développaient entre touristes et agent du parc.

Dans ce type d'interaction, le médiateur, ici l'agent du parc, joue un rôle déterminant dans l'expérience du touriste. Il définit un cadre d'observation du milieu naturel, et même un « objet » (ici nous dirions plutôt une espèce). Dans les Pyrénées, les isards (*Rupicapra pyrenaica*) sont la cible privilégiée de ces « points rencontre ». D'abord, parce que leur dispersion sur le territoire est connue : ils sont faciles à localiser pour les agents et aisément observables à la longue vue, voire à l'œil nu. Ensuite parce qu'ils sont l'« espèce

emblématique du patrimoine naturel pyrénéen » (site internet du parc national des Pyrénées, 2011) et du Parc : l'image de l'isard est utilisée pour signaler la zone cœur du parc. Présenté aux touristes comme « le cousin pyrénéen du chamois des Alpes »¹⁴⁴, cet herbivore facilement observable est aussi valorisé pour sa « typicité » Pyrénéenne. C'est donc l'espèce qu'« il faut voir » pendant sa visite des Pyrénées. Le Parc provoque donc, via l'agent, une rencontre aléatoire sur le terrain avec ses visiteurs, dont l'objectif est d'éveiller une nouvelle approche du lieu chez les touristes, une approche plus naturaliste. Le Parc cherche ainsi à façonner l'expérience touristique et à drainer un tourisme davantage orienté vers la découverte du patrimoine naturel.

Participer aux excursions en groupe pour observer l'expérience touristique « sur le terrain »

En Laponie, l'équivalent du point rencontre n'existe pas car les agents des parcs nationaux ne sont pas chargés d'une mission pédagogique. En revanche, nombre de situations mettent en scène un intermédiaire local dans les deux sites, en charge d'intervenir comme médiateur dans la découverte du site visité. Rôle classiquement assigné au « guide », il se décline selon plusieurs terminologies dérivées – accompagnateur, guide de haute montagne, intervenant ponctuel, etc - qui correspondent à des approches spécialisées de la visite touristique d'un lieu. Les excursions guidées sont modelées par l'approche personnalisée de ces intermédiaires, approche marquée à la fois par les caractéristiques propres au métier et par les sensibilités personnelles au lieu. J'ai suivi des groupes guidés et des groupes non guidés lors de leurs excursions pour me saisir des dynamiques en jeu dans cette expérience du terrain et pour comprendre leur rôle dans les mécanismes de construction du rapport au lieu visité.

La randonnée est l'activité touristique majeure dans les deux sites étudiés. Elle se développe sous différentes formes, selon les saisons, le niveau physique de ses pratiquants, ou le type d'expérience recherchée. Certains randonnent donc seuls, d'autres en groupe, avec ou sans guide, sur les sentiers balisés ou volontairement hors sentier, etc. Se glisser dans la peau d'un randonneur est une posture de recherche importante pour observer ce type d'expériences touristiques (Devanne, 2005). J'ai donc adopté cette posture dans diverses situations et ai pris le parti de présenter ici quelques exemples d'excursions guidées pour poursuivre la réflexion sur le rôle des intermédiaires. Dans *Laponia* par exemple, j'ai participé à deux types d'excursions : l'une guidée par deux accompagnateurs professionnels ayant reçu une

¹⁴⁴ Communications personnelles avec des agents du parc : c'est à travers cette image de l'isard qu'ils expliquent aux touristes ce qu'est un isard.

formation équivalente au diplôme français d'accompagnateur moyenne montagne, l'autre guidée par une femme appartenant à la communauté autochtone Samie du nord de la Fennoscandie. Dans le premier cas, le groupe comptait une quinzaine de personnes et avait été constitué spécialement pour cette excursion, en réponse à une offre proposée par l'association STF. L'excursion suivait un parcours balisé et avait pour objectif de pratiquer la marche pour découvrir les alentours d'une station touristique. Dans le second cas, il s'agissait d'un groupe de trois clientes, séjournant une semaine chez la guide Samie. Leur motivation était de découvrir comment cette famille vivait traditionnellement, en prélevant dans le milieu naturel les ressources nécessaires à sa survie. La guide organisait dans ce cadre des excursions autour du lieu d'habitation estival.

Participer à ces deux types de sorties permet d'observer comment les touristes vivent leur « exploration » de la montagne à travers la médiation d'intermédiaires qui répondent à la fois à des attentes spécifiques et orientent l'expérience touristique vers leurs domaines de compétences et de sensibilité. Par exemple, les guides du groupe STF marquaient de nombreuses pauses dans des espaces ouverts, qui laissaient la possibilité de contempler des paysages vastes qui s'offrent aisément regard - paysages correspondant à un imaginaire collectif de la région et donc une image attendue par les touristes car largement relayée dans la promotion touristique de la région. Au contraire, l'excursion avec la guide Samie a eu lieu presque exclusivement en forêt, c'est-à-dire en milieu fermé, car elle avait pour objet de prélever des plantes utilisées pour préparer des spécialités culinaires samies, telles que du pain à base de farine d'écorce de pin ou des sucreries à base d'angélique (*Angelica archangelica*), et de découvrir les plantes ou parties de plantes utilisées traditionnellement. Le tour suivait donc un itinéraire spontané, au gré des découvertes, mais connu, car il se produisait dans un lieu du quotidien de la Samie, un lieu valorisé ici pour d'autres aspects que son usage et son image touristique. On distingue ici deux approches différentes du milieu naturel, largement orchestrées par l'orientation qu'en donne le médiateur « guide ». Cet intermédiaire participe ainsi à forger un regard sur les éléments naturels observés, marque des moments importants et oriente la sensibilité aux paysages. En découle une construction différenciée du rapport sensible au lieu, depuis en amont les représentations touristiques qui motivent le choix du type d'excursion chez les touristes, à la pratique en aval de l'excursion elle-même, où la relation au « guide » agit directement sur l'appréhension du milieu et du lieu.

Enfin, mes enquêtes ont montré que la pratique de la marche est un aspect clé de voûte de la construction du rapport à l'espace : c'est en marchant que le touriste visite la montagne. Elle

est façonnée par un ensemble de codes dont la maîtrise s'acquiert par un long processus d'apprentissage lié à l'expérience de cette pratique. Adapter les méthodes d'enquêtes pour intégrer des groupes de randonneurs permet donc d'observer comment ces codes encadrent l'expérience du lieu.

Les diverses situations d'immersions et d'observations offrent la possibilité d'enrichir un corpus de données varié. Les deux premières (offices de tourisme et hébergements collectifs) s'attachent aux dynamiques sociales de lieux intrinsèquement liés à la présence de touristes dans la région. Les secondes infiltrent des pratiques de la montagne, façonnées et guidées par les interactions entre touristes et « médiateurs » locaux. Elles renseignent sur la construction des rapports au lieu et au paysage qui émergent de ces situations.

IV. Trois types d'entretien pour cerner l'expérience touristique : de l'expérience individuelle à l'expérience de groupe

L'objectif des entretiens menés auprès des touristes était de rassembler un corpus renseignant sur les motivations à visiter le site, sur les pratiques, sur les rapports au lieu (type et fréquence des visites) et sur les différents niveaux de connaissance du site (statuts de protections, noms des lieux fréquentés, histoire du lieu, faune et flore). Ces thématiques d'entretiens visent à recueillir le discours des touristes sur leurs rapports sensible à l'espace visité.

Le choix des informateurs a été pensé stratégiquement face au nombre et à la diversité des touristes. La démarche qualitative permet de privilégier une approche ciblée sur un nombre restreint¹⁴⁵ d'informateurs pour permettre une compréhension approfondie et détaillée de leurs démarches personnelles. Le défi de ces enquêtes consistait à créer la rencontre avec les touristes et à poser un cadre autorisant une interaction féconde pour notre analyse. Pour cela, j'ai mobilisé trois méthodes d'entretien auprès des informateurs « touristes » :

1. **l'entretien semi-directif** (enregistré et retranscrit), soit aidé par un médiateur local qui m'introduisait auprès de ses clients que je pouvais alors interviewer, soit sollicité après une rencontre spontanée.
2. **l'entretien de groupe** (avec prises de notes *a posteriori*) de type « **focus group** ». Ici envisagé comme une conversation au sens d'Olivier de Sardan, l'entretien guidé se rapproche d'une situation d'interaction banale quotidienne, « qui vise justement à ré-

¹⁴⁵ « Restreint » est à comprendre ici proportionnellement au grand nombre de touristes présents sur les terrains de l'enquête : tout le monde ne peut pas être interrogé dans le cadre d'une démarche qualitative.

duire au maximum l'artificialité de la situation d'entretien et l'imposition par l'enquêteur de normes méta-communicationnelles perturbantes » (Olivier de Sardan, 2008 : 58). L'immersion dans les structures d'hébergements à caractère collectif décrite ci-dessus a permis de développer cette méthode richement aidée par la possibilité de prendre les repas collectivement. Cette stratégie était particulièrement adaptée à l'emploi du temps des randonneurs qui quittent les hébergements tôt le matin et rentrent en fin d'après-midi.

3. La participation à des groupes de randonnée a permis la réalisation d'**entretiens informels** (avec prise de notes *a posteriori*) venant renforcer une démarche d'observation participative.

Ces trois méthodes sont complémentaires en ce qu'elles diversifient les types de données recueillies, qui sont approfondies selon différentes perspectives. La première méthode est formelle et donne accès au discours de l'informateur sur sa propre démarche, ses activités, et sa perception et connaissance du lieu. Elle relève d'une approche micro, centrée sur le touriste en tant qu'individu, qui s'inscrit dans une démarche et expérience personnelle. Interprétative, elle vise à dessiner le lien sensible au lieu à travers le recueil d'un récit de vie. L'échange se produit dans un cadre sollicité par l'enquête et dont les informateurs ont pleinement conscience. Ceci induit inévitablement un biais qu'il convient de considérer : en présentant sommairement ma recherche (« je m'intéresse au tourisme dans la région »), j'oriente le discours formulé et je place implicitement mon interlocuteur « dans la peau d'un touriste ». Ce biais contribue cependant à pousser l'argumentation de l'informateur sur sa propre vision de son « statut » -ou non- de touriste.

Les deux autres méthodes sont plus informelles et hybrides. Elles élargissent le cadre de l'échange à une approche plus « macro », qui aborde non plus l'individu mais le groupe. Dans le deuxième cas, la discussion de groupe est alimentée par ses différents membres au sein desquels je me trouve. Ici, ma démarche est moins claire pour les touristes (« je m'intéresse au tourisme dans la région et je loge ici »). Je participe à un moment convivial de la journée et ne suis pas la seule à orienter les discussions. Cela offre la liberté de jouer sur une position active ou passive dans les échanges, soit en les orientant par des questions, soit en les observant se créer librement entre les autres participants. Cette méthode vise à recueillir à la fois les discours des informateurs sur leurs propres démarches, pratiques et récits de vie, et à analyser la construction sociale du groupe à travers les échanges qui s'y créent. La troisième méthode se différencie sur ce point : le recueil des données via l'entretien se produit en

rapport à des pratiques spécifiques de la montagne, directement en montagne. Le groupe intégré est observé et interrogé dans le contexte d'une pratique spécifique du terrain. Son discours est directement confronté à l'expérience qu'il vit au moment où il est interrogé.

V. La photographie participative - ou *photo elicitation interview* - pour étudier les perceptions et représentations paysagères

S'intéresser au rapport sensible des touristes au lieu dans les deux sites étudiés, c'est s'intéresser largement à leurs perceptions sensorielles de ces régions de montagne. Si ces perceptions méritent d'être appréhendées dans leur ensemble, cette étude a porté une attention particulière à l'« expérience » visuelle. Dans les deux sites, la question des paysages a une importance particulière. Ils sont d'abord à l'origine de la labellisation de ces régions par l'Unesco et les processus combinés de leur protection et de leur valorisation sont déterminants pour leur mise en tourisme. Les paysages représentent une attraction majeure pour les touristes qui visitent ces sites. Ils sont associés à des images, des imaginaires et des représentations. Une partie des enquêtes de terrain a été dédiée à l'étude des perceptions et représentations paysagères. Plus qu'une thématique abordée lors des entretiens, la question des paysages a été abordée via une méthode issue, à l'origine, de l'anthropologie et de la sociologie visuelles nord américaine : la *photo elicitation interview* (Collier, 1957, Collier et Collier, 1986 ; Harper, 1993, 2002). Harper (2002) part d'une définition très simple : « Photo elicitation is based on the simple idea of inserting a photograph into a research interview ». Cette méthode utilise la photographie comme un support visuel pour stimuler la mémoire des personnes interrogées. Elle vise à développer la richesse des informations collectées à un niveau auquel l'entretien classique ne peut accéder : « [it is] not simply a process that elicits more information, but rather one that evokes a different kind of information » (Harper, 2002).

Cette méthode d'entretien couplée avec l'utilisation de photographies a été largement reprise dans le champ de la géographie humaine, et en particulier dans des études portant sur les perceptions et représentations du paysage (e.g. Bigando, 2006 ; Luginbuhl, 1989). Ces auteurs utilisent par exemple la photographie pour étudier le rapport au paysage du quotidien. La démarche peut être participative, c'est-à-dire que les personnes interrogées sont invitées à produire des images avec un appareil photo qui leur est confié, selon des « consignes » ou questions déterminées par l'enquêteur. Les photos sont ensuite utilisées pour l'entretien, et alimentent le discours des informateurs. Dans d'autres cas, un corpus de photographies constitué par l'enquêteur peut être présenté aux personnes interrogées, et utilisé de la même manière comme un support pour faire émerger des informations durant l'entretien. Adaptée et

façonnée par les spécificités de mon terrain, cette méthode a largement inspiré mes enquêtes auprès des touristes. Je l'ai utilisée comme un catalyseur pour recueillir leurs discours sur les paysages des sites parcourus. Elle offre de nombreux atouts pour faire parler les touristes sur une thématique souvent difficile à verbaliser, et pour accéder à une mémoire sensible de l'expérience touristique et de la perception des lieux visités.

Une phase de « tâtonnement » a été nécessaire pour la mise en place de cette méthode, qui peut présenter divers biais et limites lors de sa mise en œuvre au cours des entretiens. L'idée était au départ de regarder, pendant les entretiens, les photos que mes interlocuteurs avaient prises durant leurs séjours. Je cherchais à les faire parler et développer leurs commentaires sur les lieux qu'ils avaient visités, en sollicitant leur mémoire. Je pouvais ainsi recueillir des données liées à leur perception du paysage. Lors des premiers entretiens, j'ai constaté la nécessité de considérer des biais d'ordre technique ou relatifs à la pratique de la photographie : type d'appareil utilisé, niveau de la pratique de la photographie (amateur, professionnel), problèmes des batteries (pas d'accès systématique à l'électricité en montagne pour recharger), problème du poids des appareils (les randonneurs n'emportent pas toujours leurs appareils considérés comme un poids supplémentaire), quantité de photos réalisées avec des appareils numériques, photographies prises en fonction des conditions météorologiques, etc.

Prendre en compte des limites techniques pour repenser la méthode

L'ensemble de ces problèmes techniques m'a amenée à un premier constat : la méthode générait des données riches mais aléatoires et souvent biaisées par un ensemble de facteurs liés à la pratique de la photographie. Mon approche méritait d'être repensée pour intégrer ces biais et générer un corpus de données exploitable dans une analyse pertinente. J'ai donc choisi de poser un cadre plus ciblé pour mes entretiens, en interrogeant les touristes sur certaines de leurs photos en particulier, selon cinq thèmes :

- 1. L'endroit préféré.** Un endroit que l'informateur souhaite revisiter, un endroit important pour lui.
- 2. Quelque chose ou un endroit qui n'a pas été apprécié.** Quelque chose qui a été perçu négativement, dérangeant ou choquant.
- 3. Quelque chose ou un endroit que l'informateur a vu changer avec le temps,** s'il est déjà venu auparavant.

4. Quelque chose ou un endroit qui mérite absolument d'être conservé à l'avenir.

Ce que l'informateur souhaiterait particulièrement retrouver intact s'il visitait de nouveau la région.

5. L'endroit le plus représentatif de la région? Si l'informateur devait montrer une photo de son séjour à quelqu'un qui ne connaît pas la région, quel endroit choisirait-il?

Ces cinq thématiques me permettaient d'amener les touristes à réfléchir à des endroits importants, ou des moments ou éléments marquants de leur visite, qu'ils pouvaient me présenter en argumentant autour d'une photo. Les informateurs étaient invités à développer les raisons de leurs choix, les amenant à développer un discours bien plus étendu que le cadre de ces cinq thèmes, notamment en comparant les endroits parcourus ou en manifestant des émotions (pleurs liés à un souvenir ému et nostalgique, rire lié à une anecdote, expression de l'angoisse liée à une situation difficile, etc).

La richesse de ces enquêtes ne repose pas sur le corpus photographique en soi, mais sur le discours associé à ce corpus. Il s'agit même parfois de non photographie : la discussion autour d'un thème ne prend pas forcément source dans une photographie qui a été réalisée, mais au contraire dans quelque chose qui n'a pas été photographié. C'était souvent le cas pour le second thème, où les touristes photographiaient rarement un élément de leur visite qu'ils n'avaient pas apprécié.

Ces enquêtes ont été largement complétées par des échanges de mails a posteriori, où les touristes étaient invités à m'envoyer leurs cinq photos, en ajoutant des commentaires s'ils le souhaitaient, et en précisant la localisation de l'élément photographié. Enfin, je noterai que ce type d'enquête amène à pousser l'étude de la pratique de la photographie par les touristes, comme une pratique qui entre pleinement dans la construction du rapport et de la mémoire sensible aux lieux visités. Considérer cet aspect est donc nécessaire dans la production et le recueil de ce type de données.

VI. Conclusion

Abordée selon divers outils qualitatifs et postures empiriques, la complexité des formes de l'expérience touristique et de la construction du rapport au lieu chez les visiteurs des deux sites étudiés ont été appréhendées via l'étude des types d'interactions entre visiteur et espace visité. Les adaptations méthodologiques mises en œuvre dans les enquêtes de terrain évoquées ici soulignent la nécessité de repenser et de façonner ces outils au contact du terrain. Ce cheminement tient largement à la posture réflexive du chercheur, sans cesse à l'interface entre

question de recherches et réalité du terrain. La production des données orchestrée dans ce cadre a permis d'aborder des aspects variés de la construction de l'expérience sensible de deux sites classés. Enfin, ces adaptations méthodologiques montrent que tout en maintenant un ancrage spécifique en anthropologie de l'environnement, qui permet de porter une attention particulière à la manière dont ces sites naturels sont appréhendés par leurs visiteurs, cette recherche suggère des pistes pour contribuer à l'étude du tourisme et prend ainsi prise dans le champ interdisciplinaire des *tourism studies*.

Bibliographie

BAHUCHET Serge, *Pygmées de Centrafrique : études ethnologiques, historiques et linguistiques sur les Pygmées "BaMbenga" du Nord-Ouest du bassin congolais*, SELAF, Paris, 1979.

BIGANDO Eva, *La sensibilité au paysage ordinaire des habitants de la grande périphérie bordelaise (communes du Médoc et de la basse vallée de l'Isle)*. Thèse de doctorat, Université Michel de Montaigne, Bordeaux III, 2006.

CAZENAVE-PIARROT Alain, *Auberges de campagne dans les Pyrénées du centre*, Actes de colloque, Les établissements de restauration dans le monde, Paris Sorbonne, 2009.

COLLIER John Jr, « *Photography in anthropology : a report on two experiments* », *American anthropologist*, n°59, pp. 843-859, 1957.

COLLIER John Jr et COLLIER Malcolm, *Visual anthropology: photography as a research method*, University of New Mexico Press, 1986.

DESCOLA Philippe, *Par-delà nature et culture*, Gallimard, Bibliothèque des sciences humaines, Paris, 2005.

DEVANNE Anne-Sophie, *Marcheurs en montagne et expérience de l'espace. Une analyse de la construction du rapport à l'espace, à travers la pratique de la marche dans les Pyrénées*, Thèse de doctorat, Bordeaux, 2005.

HARPER Douglas, « *On authority of the image : visual anthropology at the crossroads* », in DENZIN Norman K. et LINCOLN Yvonna (dirs.), *Handbook of qualitative research*, Newbury Park, Sage publications, 403-412, 1993.

HARPER Douglas, « *Talking about pictures : the case for photo elicitation* », *Visual Studies*, Vol 17, n°1, 2002.

LUGINBÜHL Yves, « *Au-delà des clichés. La photographie du paysage au service de l'analyse* », *Strates*, n° 4, pp 11-16, 1989.

OLIVIER DE SARDAN Jean-Pierre, *La rigueur du qualitatif*, Editions Bruylant, Louvain-la-Neuve, 2008.

ROUÉ Marie et NAKASHIMA Douglas, « *Des savoirs "traditionnels" pour évaluer les impacts environnementaux du développement moderne et occidental* », *Revue Internationale des Sciences sociales, Les savoirs autochtones*, n°173, pp.377-388, 2002.

5.5. La mise en tourisme au prisme des représentations de l'exotisme : Nouvelle-Calédonie et Polynésie française

Tourismification through exotism : New Caledonia & French Polynesia

Bénédicte AUVRAY et Marlène RENAULT

Université du Havre

Bénédicte AUVRAY (bene_auvray@yahoo.fr) est doctorante en géographie à l'Université du Havre (UMR IDEES/Cirtai) et ATER à l'Université Littoral-Côte d'Opale (EA TVES/IMN). Dans le cadre de sa thèse dirigée par Benjamin Steck et Jean-Christophe Gay, elle travaille sur l'enclavement et l'altérité touristiques dans le cas des îles tropicales.

Marlène RENAULT (marl_bea@yahoo.fr) est doctorante en géographie et en sociologie à l'Université du Havre (UMR IDEES/Cirtai) sous la direction de Daniel Réguer et de Benjamin Steck. Sa thèse porte sur le rôle de la culture comme ferment de développement territorial. Cette réflexion est appliquée aux espaces estuariens : axe Seine et estuaire du Saint-Laurent notamment.

Résumé

Cet article cherche à montrer en quoi la mise en tourisme et l'image des destinations recourt à des stéréotypes hérités de récits, de discours et de représentations anciens. L'étude comparée de la Polynésie française et de la Nouvelle-Calédonie comme destinations touristiques permet de voir en quoi l'image de ces espaces insulaires s'articulent autour des poncifs de l'exotisme et de la figure duale de l'île, entre Paradis perdu et lieu de réclusion.

Mots-clés : Tourisme – Exotisme – Représentation – Mise en scène – Insularité

Abstract

This paper discusses how tourismification and brand image of destinations are based on stereotypes inherited from old travel literature and representations. The comparison between French Polynesia and New-Caledonia reveals that imaginative worlds about these insular countries are mainly related to exotism and the multifaceted status of the island, both synonymous with Lost Paradise and seclusion.

Key words : Tourism – Exotism – Representation – Staging – Insularity

Le but de cette communication est de proposer une lecture comparée de la mise en tourisme des deux pays d'outre-mer (POM) au travers des constructions imaginaires de l'altérité et de l'exotisme insulaires : la littérature de voyage autour de ces deux destinations reconstruit ou revivifie les images de la « bonne » et la « mauvaise » île, s'appuyant sur les valeurs supposées de la Polynésie et de la Mélanésie, héritages du XVIII^e siècle.

La Polynésie française et la Nouvelle-Calédonie présentent *a priori* des traits communs : espaces insulaires du Pacifique Sud, méconnus des métropolitains. Au-delà de cette impression de flou inhérente à la distance, la comparaison trouve vite ses limites comme l'illustre la mise en tourisme de ces deux POM. En effet, il apparaît que l'activité touristique se fonde sur des images et des lieux communs hérités des récits de voyage comme des représentations plus anciennes de la tropicalité et de l'insularité.

Si la Polynésie française évoque une insularité douce et paisible, celle de la Nouvelle-Calédonie est plus âpre et rude. Ces deux représentations très éloignées l'une de l'autre transparaissent dans la communication touristique des territoires. Si des moments dans l'histoire contemporaine (les « événements » d'Ouvéa, par exemple) expliquent en partie des décalages si forts entre les images de ces deux destinations, il ne faut pas négliger le rôle fondamental des perceptions antagonistes de l'île comme objet géographique et symbolique, ainsi que de l'opposition de couleurs et de valeurs autour du couple Polynésie/Mélanésie.

Le recours aux observations de terrain, et pour le cas polynésien aux entretiens effectués auprès de touristes, confirmera cette dualité de l'image insulaire ainsi que l'attente très forte d'un exotisme perdu et somme toute convenu, reproduit dans des lieux touristiques supposément idylliques : tandis que la mise en tourisme de la Polynésie s'oriente plutôt vers la mise en scène d'un paradis pour *honeymooners*, la Nouvelle-Calédonie devient un *far west* insulaire pour touristes ou métropolitains à la recherche d'un nouveau départ.

Le regard sur ces territoires comme la production de l'espace par le tourisme s'affranchissent finalement peu de l'approche esthétique stéréotypée de l'île, engendrant tout autant rêveries tropicales que conflits et frustrations entre les touristes et la population d'accueil.

I. Des terres méconnues et mythifiées

Elles sont lointaines, au sud sans que l'on sache précisément les localiser sur un planisphère et sont liées à la France sans pour autant être des Départements d'Outre-Mer (DOM) : il s'agit de la Polynésie française et de la Nouvelle-Calédonie et voilà sans doute le peu qu'elles évoquent de prime abord. Des lieux éloignés, méconnus, mythifiés : un terreau propice à l'imagination

et aux rêves les plus fous.

Outre cette représentation première, floue et incertaine, l'autre point commun que l'on peut repérer entre Polynésie française et Nouvelle-Calédonie est d'être deux Pays d'Outre-Mer (POM), deux territoires à l'autonomie avancée mais tout de même sous la houlette de la France, vestiges du passé colonial de la métropole. Nous verrons d'ailleurs pas la suite en quoi le rôle de chacun des territoire durant la période coloniale a influé sur l'image de la destination et la mise en tourisme. En effet, ces deux ensembles archipélagiques se sont lancé avec plus ou moins de bonheur dans le tourisme. Si la Nouvelle-Calédonie tire une partie conséquente de son développement économique de ses ressources en minerai, les acteurs politiques polynésiens souhaiteraient faire de leur territoire une destination touristique importante, un Hawaii sans la bétonisation des côtes. A voir la faiblesse des flux touristiques et la difficulté à les maintenir étant donné la forte concurrence régionale (Hawaii, Guam...), on peut douter de la sincérité de tels propos. La fréquentation touristique reste plutôt confidentielle : en 2008, la Polynésie française n'atteignait pas le seuil de 200 000 touristes tandis que la Nouvelle-Calédonie en accueillait 103 000 [GAY, 2009]. A titre de comparaison, les îles Hawaii sont visitées par plus de 6 millions de touristes chaque année.

La fréquentation touristique des deux outre-mers du Pacifique est notamment due aux Métropolitains ayant auparavant vécu dans ces îles (fonctionnaires par exemple) ou dans le cadre du tourisme affinitaire. Les croisiéristes et les touristes venant de pays de la zone Asie-Pacifique complètent quasiment le tableau. Il ressort par exemple de notre enquête de terrain que la Polynésie française passe pour une destination de second choix au sein de l'aire Asie-Pacifique, et qui permet de minorer des désagréments tels que la durée du vol et le décalage horaire : ainsi il n'est pas rare de rencontrer des Etatsuniens (de la côte ouest) visitant Bora Bora après avoir fait plusieurs séjours aux îles Hawaii et une croisière dans les Antilles. La Polynésie française peut donc être une destination par défaut même si son évocation prête au rêve et que les *honeymooners* n'hésitent pas à puiser dans leurs économies pour s'offrir le voyage d'une vie.

Si l'éloignement de ces terres par rapport à la métropole ou plus largement à l'Europe contribue à expliquer leur méconnaissance aux yeux du grand public, cet éloignement est tout autant fécond et propice aux croyances, comme le prouve également l'orientalisme [SAID, 1978]. Initialement, la découverte de la Polynésie française était motivée par la recherche d'autres lieux mythiques et mystérieux comme le continent austral, une Pacifique immergée [BACHIMON, 1990]. Voici donc la Polynésie française vestige d'un Paradis perdu et actuel

paradis de jeunes couples en lune de miel !

De la même manière, la découverte de ces archipels par les navigateurs européens a été l'occasion d'un vaste "malentendu" [BARE, 2002] qui permit de mettre au jour le mythe de la sexualité polynésienne¹⁴⁶. L'idée selon laquelle les Polynésiens avaient des moeurs libérés, et les Polynésiennes s'offraient de bonne grâce aux marins européens fut par la suite perpétuée peu ou prou, et de diverses manières, au travers des écrits biaisés de Margaret Mead ou par les oeuvres de Gauguin, à la recherche d'un exotisme (d'un érotisme ?) qui n'existait déjà plus [STASZAK, 2003]. Mais la mise en tourisme et le marketing se sont emparés de cette sensualité supposée de la Polynésie française : les biscuits à la noix de coco ou le café à la vanille Noa Noa rappellent Gauguin et son ouvrage éponyme, et les touristes sont accueillis à l'aéroport par de jeunes femmes, supposément représentatives de la figure de la *vahine*, distribuant colliers de fleurs et fleurs de *tiare*.

Ainsi donc, la perception initiale d'un territoire influencerait sur sa mise en tourisme et les représentations que l'on peut en avoir, le temps passant : *"Les images touristiques ne se limitent pas à celles incarnées dans la production iconographique, artistique et publicitaire ; elles s'étendent à l'univers des images mentales, si ce n'est à celui des mythes"* [AMIROU, 1995, 32].

II. Deux images de l'insularité tropicale

La bonne île et la mauvaise île, voilà à quoi l'on pourrait réduire les archipels polynésien et calédonien. Plus précisément, les éléments les plus connus au sujet de ces deux territoires relèvent de l'insularité "bonne" et "mauvaise". Comme on a commencé à le voir, la Polynésie française est une terre de sensualité grâce à la figure de la *vahine* et au mythe de la sexualité polynésienne, mais plus largement une terre de sensualisme : si l'image de la Polynésie française peut être érotisée, elle repose davantage sur le recours aux sens. Ainsi le titre de l'ouvrage de Gauguin *Noa Noa*, qui est aujourd'hui une marque d'articles d'alimentation (biscuits, thés, cafés), signifie quelque chose d'odorant, mais de manière douce et agréable.

La Polynésie française semble donc apparaître initialement comme un espace insulaire agréable, beau et bienveillant. D'ailleurs, les récits de voyage louent la beauté des

¹⁴⁶ Il est aujourd'hui admis que les (très) jeunes Tahitiennes ne s'offraient pas de bonne grâce aux marins européens. L'hypothèse serait la suivante : les Tahitiens considéraient les marins sur leurs navires comme des divinités. Tandis que les Polynésiens pensaient offrir leurs filles à des êtres divins afin de les honorer, les marins s'étonnaient du caractère public de la sexualité.

Polynésiennes, beauté notamment due à leur teint clair, bien différent de la carnation des Mélanésiens, à la peau plus foncée et de ce fait n'étant pas jugée belle. Cette question de la couleur de peau pourrait paraître anodine mais elle est associée à une série de valeurs. La peau claire est louée et favorablement perçue. A contrario, la peau foncée est laide et associée à la sauvagerie. Clair-foncé, douceur-dureté, civilisation-sauvagerie : on retrouve aussi bien ces associations de contraires pour juger la Polynésie et la Mélanésie (dont la Nouvelle-Calédonie) que pour considérer l'insularité.

Le mythe du Bon Sauvage ou l'Etat de Nature rousseauiste tendraient à faire de l'île un lieu préservé des vices de la civilisation, et des insulaires des hommes bons. D'ailleurs, la plupart des utopies sont insulaires : dans l'ouvrage de Thomas More, Utopie est "insularisée". Des travaux sont entrepris pour la séparer de l'étendu continentale. L'île représente l'Age d'Or, un laboratoire idéal pour retrouver le Paradis, l'enfance de l'Humanité. Un autre motif favorable associé à l'insularité est la robinsonnade : l'homme y est perdu mais se retrouve pour y vivre simplement. Il n'y a qu'un pas à faire pour basculer du côté sombre de l'insularité : lieu de relégation, de mise à distance de la société, l'insularité protège le continent des dangers. L'île du docteur Moreau, Alcatraz, le bagne de l'île du Diable au large de Cayenne, le statut de colonie pénitentiaire de la Nouvelle-Calédonie, autant d'exemples qui montrent que l'île est un moyen commode de mise à distance mais qui se construit toujours par opposition à ce que représente "le continent".

La Nouvelle-Calédonie se rattacherait à cette tradition concernant l'insularité. Terre où les hommes sont mal perçus du fait de la couleur de leur peau, utilisée comme colonie pénitentiaire, force est de constater que la Nouvelle-Calédonie a été moins bien considérée que la Polynésie française. Même actuellement elle est associée aux troubles sociaux et politiques, à l'instabilité. Que l'on songe par exemple à ce que l'on nomme par euphémisme les "événements d'Ouvéa" ou les affrontements armés d'août 2011 à Maré, preuve que les conflits entre groupes sociaux ne sont pas apaisés. Cette image trouble nuit à la mise en tourisme du POM et engage un positionnement spécifique.

L'image d'une insularité douce, charmante et paisible est cohérente avec le segment choisi sur le plan touristique : les voyages de couple, notamment les voyages de noces sur un marché haut-de-gamme (les hôtels classés 3* ont longtemps été interdits sur la commune de Bora Bora pour privilégier les domaines hôteliers 4 ou 5* de chaînes telles qu'InterContinental, Pearl Resorts ou Sofitel). Au contraire, la violence et l'âpreté associées à tort ou à raison à la Nouvelle-Calédonie ne s'accrochent guère avec une mise en tourisme suggérant la douceur

de vivre ou la langueur : on s'accomodera mieux d'un tourisme de découverte ou de nature, plus aventureux et plus confidentiel. Comme on l'a déjà vu, les flux touristiques vers la Nouvelle-Calédonie sont négligeables au regard d'autres destinations insulaires du Pacifique. Par ailleurs, l'importance de la coutume est un frein à l'entrée facile du tourisme.

Cette difficulté relative pour la mise en tourisme fait de la Nouvelle-Calédonie une terre de défis. Si la Polynésie est un Paradis sur terre pour certains, alors la Nouvelle-Calédonie est un nouveau Far-West. Elle est le lieu d'un nouveau départ, un lieu où tout devient possible. Ainsi, l'installation de *Zoreilles* s'est accru suite à plusieurs émissions ou reportages télévisés à propos de l'installation de jeunes métropolitains sur le "Caillou". Dès les premiers jours sur le territoire l'idée d'une île paradisiaque à cocotiers sur le sable blanc, où la vie harmonieuse ne connaît aucun problème, s'envole. Comme partout le poids de l'histoire, des politiques et de l'économie œuvre sur les rapports sociaux, la sociabilité et la solidarité. Le touriste doit dépasser les préjugés et se plonger au cœur d'une société tiraillée entre tradition et modernité, au cœur d'une culture multiculturelle extrêmement riche.

Photo : Plage de L'Anse Vata – 2009-



Photo : Centre de Nouméa – mouvements syndicaux – 2009-



La ville de Nouméa a connu une urbanisation extrêmement rapide qui s'opère sur fond de déracinements multiples, d'extrême hétérogénéité sociale et culturelle, de déstabilisation permanente des activités, des statuts sociaux et des mentalités. Nouméa devient un lieu de confrontation d'origine et de culture. L'individu n'est plus fondu au sein d'une famille élargie ou d'une tribu : il prend de plus en plus d'importance pour lui-même, pourtant les rituels familiaux et les mentalités résistent. L'individu doit évoluer entre le modèle de vie moderne contemporain et le modèle coutumier.

III. *Topoi* dans la mise en tourisme

Comme on vient de le voir, les stéréotypes ou les représentations figées d'un exotisme flou sont hérités d'écrits ou de croyances anciens. De la même manière, cet imaginaire est repris dans la mise en tourisme, dans la mise en scène des lieux touristiques. Outre les valeurs associées à l'insularité que l'on a vu précédemment, l'imaginaire exotique convoqué dans la mise en tourisme se fonde sur des éléments figés et repris de manière presque indifférenciée quelque soit la destination afin de mettre en place un décor, des images, un mediascape [APPADURAI, 1996] fade mais différent du quotidien. Les couleurs ont un rôle important : le bleu du ciel et de l'eau, le blanc du sable et le vert de la végétation nécessairement luxuriante.

S'ajoutent à cette trame de fond des éléments représentatifs : on pourrait ainsi citer le cocotier ou la construction sur pilotis. Si initialement, le bungalow sur pilotis représente la Polynésie française et Bora Bora, il s'est aujourd'hui largement diffusé aussi bien aux Maldives qu'à Bali. Si l'exotisme est a priori promesse d'altérité, l'exotisme mis en scène par le tourisme n'est sans doute finalement qu'une reprise d'éléments déjà bien connus et maîtrisés : au coeur de l'hiver, les affichages publicitaires dans le métro sont parcourus de palmiers, de lagons, de fleurs éclatantes puisque les voyageurs cherchent à promouvoir les "destinations soleil". Même certains noms ont été détournés : "Tahiti", ce sont des produits d'hygiène et des femmes à la peau cuivrée qui prennent leur douche sous une pluie (sans doute tropicale) tandis que "Vahiné" est une marque de préparations pour pâtisserie. Il semble toutefois que le mythe résiste : « *Il suffit [...] de prononcer les mots "Quand j'étais à Borabora" dans une soirée parisienne, de préférence pluvieuse et hivernale, voire simplement, "Borabora", les visages sont preneurs ; de même, qui, dans le monde urbain, ne connaît pas le mot "Tahiti" ? – fût-ce dans l'ignorance totale de l'endroit que ce mot évoque, y compris de sa localisation géographique* » [BARÉ, 2002, 1819]. D'ailleurs, on peut parler "d'axe du mythe" pour désigner les îles les plus mises en tourisme de Polynésie française comme Tahiti, Moorea et Bora Bora et "d'axe de l'aventure" pour les archipels polynésiens peu touchés par le tourisme parce qu'ils sont plus sauvages ou correspondent moins à la trinité "*sea, sand, sun*" (archipel des Australes ou des Marquises), [GAY, 1994]

Mais ce sont dans les structures touristiques comme les hôtels classés ou les *resorts* qu'exotisme et lieux communs se rejoignent et se confondent. Ces lieux touristiques enclavés proposent hébergement, restauration et activités de loisirs. Du fait de leur fonctionnement et de la standardisation de l'offre et des prestations, ces domaines hôteliers sont proches du quotidien des touristes, occidentaux pour la plupart. Seul le décor, la mise en scène et le cadre naturel sont des éléments d'altérité qui viennent couvrir d'un vernis d'exotisme le produit touristique.

Littéralement, le domaine hôteliers se conçoit comme un lieu clos, sécurisé parfois [EK, 2006] à l'intérieur duquel se trouve une scène, un décor emprunt d'exotisme, mais de manière mesurée. Dans ce contexte, le tourisme est un jeu, un moment de fiction : la mise en scène, l'aspect fictif sont garantis par le story-telling à propos de la destination, ainsi que l'imaginaire de chaque touriste [GOFFMAN, 1973]. Plus que le recours à des lieux communs de l'insularité ou de l'exotisme, l'enclave touristique devient un lieu commun, adaptable quelque soit le contexte économique, social, politique ou culturel.

Photo : Intercontinentale de BoraBora – 2009-



Au-delà d'images très différentes, les enclaves touristiques sont des lieux, des produits standardisés sans référence géographique forte, qui se retrouvent communément par le monde. En ce sens, les complexes hôteliers de Bora Bora et ceux qui bordent l'Anse Vata au sud de la Grande Terre ne sont pas si différents et ont des usages similaires quoique l'image touristique des deux destinations soit radicalement différente. Dans les deux cas, outre les touristes clients, la population locale s'est approprié les hôtels pour en faire des lieux de convivialité où dîner ou boire un verre : l'image de "ghetto doré" associé à ce type de structure touristique ne se vérifie pas toujours, quoiqu'il est vrai que les hôtels préemptent les lieux favorables, disposant des plus belles vues.

Si l'image touristique des destinations Polynésie française et Nouvelle-Calédonie diffèrent, le fonctionnement de certains lieux touristiques comme les complexes hôteliers montrent que tout ne se réduit pas à la communication touristique : les enclaves touristiques sont en effet des structures irréductibles et nécessaires, répondant de manière pragmatique aux besoins/désirs des touristes en un même lieu, et facilement adaptables. Elles paradisiaques ou

îles infernales, dans tous les cas, le recours à l'enclavement permet de s'affranchir au moins partiellement du contexte socio-économique, culturel, politique, pour mettre en place un monde exotique fictif.

Le *story-telling* des destinations [PERROY, 2007] n'est pas systématiquement hérité de considérations anciennes, erronées, stéréotypées. Toutefois, dans les deux cas à l'étude ici, on peut repérer un fil conducteur entre les représentations de l'insularité, les récits de voyage, les stéréotypes exotiques, le rôle et la considération de chaque territoire par la métropole et les stratégies de mise en tourisme. Il est d'ailleurs assez vertigineux de constater que les récits de Cook, Bougainville ou les oeuvres de Gauguin imprègnent toujours de manière euphémisée la communication touristique de la Polynésie tandis qu'un climat de méfiance et de tensions obèrent l'ouverture de la Nouvelle-Calédonie au tourisme.

Il faut dire que les catalogues de voyage font la part belle aux poncifs sur la destination ou par métonymie à propos de la population d'accueil. L'altérité exotique promise par les voyageurs n'est finalement qu'un miroir de ce que les touristes recherchent et de ce que les voyageurs pensent être les attentes des touristes. L'exotisme se vit donc à minima, sans prise de risque excessive tout du moins dans le cas des domaines hôteliers sécurisés.

Bibliographie

AMIROU Rachid, *Imaginaire touristique et sociabilités du voyage*, coll. Le sociologue, Paris, PUF, 1995.

APPADURAI Arjun, *Après le colonialisme : Les conséquences culturelles de la globalisation*, Paris, Payot, 2001 [org : 1996].

BACHIMON Philippe, *Tahiti entre mythes et réalités. Essai d'histoire géographique*, coll. Mémoires de la section de géographie, Paris, Editions du CTHS, 1990.

BARÉ Jean-François, *Le malentendu pacifique, des premières rencontres entre Polynésiens et Anglais et de ce qui s'ensuivit avec les Français jusqu'à nos jours*, coll. Ordres Sociaux, Paris, Editions des archives contemporaines, 2002.

EDENSOR Tim, « *Staging tourism : Tourists as performers* », *Annals of Tourism Research*, vol.27, n°2, 2000, p.322-344.

EK Richard, « *Giorgio Agamben and the spatialities of the camp : an introduction* », *Geografiska Annaler*, vol. 88 B, n°4, 2006, p.363-386.

GAY Jean-Christophe, « *Le tourisme en Polynésie Française* », *Annales de géographie*, n°577, mai-juin 1994, p.276-292.

GAY Jean-Christophe, *Les cocotiers de la France : Tourismes en outre-mer*, coll. BelinSup Tourisme, Paris, Belin.

GOFFMAN Erving, *La mise en scène de la vie quotidienne 1 : la présentation de soi*, coll. Le sens commun, Paris, Editions de Minuit, 2001 (1973).

GOFFMAN Erving, *La mise en scène de la vie quotidienne 2 : les relations en public*, coll. Le sens commun, Paris, Editions de Minuit, 2001 (1973).

MOLES Abraham, ROHMER Elisabeth, *Labyrinthes du vécu. L'espace : matière d'actions*, coll. sociologies au quotidien, Paris, Librairie des Méridiens, 1982.

PERROY Francis, « *La communication des destinations doit raconter des histoires* », *Espaces, tourisme et loisirs : Communication touristique (2^e partie)*, Images et stratégies médias, n°246, mars 2007, p. 23-26.

SAID Edward W., *L'orientalisme : L'Orient créé par l'Occident*, coll. La couleur des idées, Paris, Seuil, 2005 [1978].

SAURA Bruno, *Des Tahitiens, des Français : Leurs représentations réciproques aujourd'hui*, Au vent des îles, Pirae, 2004.

STASZAK Jean-François, *Géographies de Gauguin*, Paris, Bréal, 2003.

STASZAK Jean-François, « *Qu'est-ce que l'exotisme ?* », *Le Globe*, tome 148, 2008, p.7-30.