

ASSOCIATION
TOURISME
RECHERCHE
ET ENSEIGNEMENT
SUPÉRIEUR



9-10-11-12 Juin 2015
La Rochelle

UNIVERSITÉ

La Rochelle

OBSERVING TOURISTS
TO BETTER UNDERSTAND TOURISM

OBSERVER LES TOURISTES
POUR MIEUX COMPRENDRE LES TOURISMES



Actes du 5ème Colloque International AsTRES
Association Tourisme, Recherche et Enseignement Supérieur



Table des matières

Introduction	5
Présentation - comité d'organisation	10-11
Comité scientifique	12
Partenaires	13
Sélection de textes issus du colloque	15
Violier Philippe : Insaisissables touristes	16
Maupertuis Marie-Antoinette, Tafani Caroline, Audrey Poggioli : Les liens au lieux des résidents secondaires en Corse : l'exemple de la commune de Lumiu	30
Pickel-Chevalier Sylvine, Violier Philippe & Paranitka Asep : Bali, à la convergence de flux touristiques domestiques et internationaux Observer les touristes ; identifier les tourisms : entre transfert, diversification et innovation	46
Chevrier Marie-Hélène : Pèlerinage et tourisme à l'heure de la sécularisation : une remise en cause des catégories pèlerin / touriste	62
Lalanne Michèle & Pagès Emmanuel : À quoi reconnaît-on un touriste ? Observation des activités spatiales par la méthode du shadowing	76
Coustaty Michaël : Projet TourinFlux : Apport des Technologies du Web Sémantique pour la Gestion des Données du Tourisme	92
Fabry Nathalie & Zeghni Sylvain : L'office du tourisme du futur : éléments de réflexion sur sa contribution à la valorisation, l'innovation et la création de valeur	108
Dory Daniel : L'observation géopolitique des tourisms : acquis, enjeux et perspectives	122
Bordereaux Laurent : Tourisme et régulation juridique des conflits d'usages en zone littorale	152
Piquerey Lise : Du résident secondaire aux lobbys de protection d'acquis de classe. Le cas du rôle des associations de résidents secondaires dans les communes touristiques de Megève (France) et de Crans-Montana (Suisse)	160
Perrin-Malterre Clémence & Chanteloup Laine : Observer les pratiques récréatives des touristes : complémentarité des méthodes et des acteurs de l'observation	172
Chérubini Bernard : La dramaturgie des émotions et l'expérience touristique : à propos de l'observation ethnographique dans la scénographie des sites touristiques	184

INTRODUCTION

Observer les touristes est un sujet d'intérêt croissant pour les scientifiques et le monde professionnel ou organisationnel du tourisme. Le développement récent d'un certain nombre d'observatoires pilotés par des scientifiques ou des institutionnels en témoigne. Néanmoins, chaque discipline scientifique ou chaque acteur d'observation professionnel ou institutionnel peut se positionner différemment par rapport à l'observation en termes d'objets, d'indicateurs, ou d'échelles. Ce colloque a été donc l'occasion de décrypter ces différences et de montrer les ponts ou passerelles entre chaque acteur. En effet, l'observation des touristes met en évidence un intérêt pluridisciplinaire sur l'observation scientifique mais pose aussi la question d'une approche interdisciplinaire où méthodes et paradigmes peuvent se compléter pour observer les touristes pour mieux comprendre les tourisimes. Plusieurs champs thématiques peuvent être étudiés.

Identification et catégorisation des touristes : qui est observé ?

Observer les touristes pose la question de « qui est touriste » et donc de leur identification et de leur catégorisation. Comment définit-on le touriste ? Par les lieux qu'il fréquente ? Par ses pratiques ? Par son statut dans le lieu (en fonction du mode d'hébergement ou son introduction dans le lieu) ? La réponse n'est pas simple. Est-ce par un seul critère ou par une combinaison de critères que l'on peut distinguer les touristes ?

Il existe en outre des catégories hybrides ou flottantes : résidents secondaires, plaisanciers, excursionnistes, etc. De plus, dans l'analyse de la fréquentation touristique d'un lieu, il est souvent difficile de distinguer les touristes stricto sensu des excursionnistes ou des habitants permanents. De plus, les liens entre ces différentes catégories d'usagers du lieu touristique sont intéressants à décrypter (ex : les touristes hébergés chez l'habitant) tout comme l'observation des trajectoires d'un même individu dans un lieu touristique (ancien touriste devenu résident secondaire, résident secondaire devenant progressivement résident permanent...)

Le jeu des acteurs de l'observation des touristes : qui observe ?

Il existe de nombreux acteurs de l'observation aux statuts, compétences, rayons d'action, financements très différents : scientifiques, institutionnels du tourisme, organismes statistiques, bureaux d'étude, instituts de sondage, collectivités territoriales, entreprises ou professionnels du tourisme. Les communications se sont interrogées sur les stratégies et interrelations entre ces différents acteurs, montrant ainsi que l'acte d'observer n'est jamais neutre.

Observer les touristes pour mieux comprendre les tourisimes

Sous la direction de :

Blondy Caroline, PRAG-Docteur en géographie

Vacher Luc, Maître de conférences HDR en géographie

Vye Didier, Maître de conférences en géographie

UMR 7266 LIENSs CNRS/Université de La Rochelle

Pour citer ce volume :

Blondy Caroline, Vacher Luc, Vye Didier (dir.), 2015, Observing tourists to better understand- tourism - Observer les touristes pour mieux comprendre les tourisimes, Actes du 5ème Colloque International AsTRES Association Tourisme, Recherche et Enseignement Supérieur, La Rochelle, 9-12 juin 2015, UMR 7266 LIENSs CNRS/Université de La Rochelle, 197 p.

Existe-t-il des relations entre les acteurs d'observation : mutualisation, redondance, concurrence, complémentarité, etc. ? Dans quelle mesure ces relations influencent-elles les méthodes d'observation ?

Dans un contexte de plus en plus concurrentiel, il semble que l'acte d'observation devienne de plus en plus institutionnalisé à travers la création d'observatoires à différentes échelles.

Les observatoires regroupant des acteurs issus d'horizons différents sont-ils un gage d'efficacité ou de complexification de l'observation ? Comment gère-t-on la diversité des stratégies et des centres d'intérêt des différents acteurs ?

Les finalités de l'observation

Les objectifs liés à l'observation peuvent être extrêmement divers. Dans un contexte concurrentiel entre territoires touristiques mais aussi entre types de pratiques au sein de ces territoires, les communications se sont interrogées sur l'observation comme outil pour :

- améliorer la quantification de la fréquentation dans le temps et dans l'espace ;
- identifier des nouvelles pratiques touristiques ;
- questionner des « idées reçues » sur le tourisme : méfaits du tourisme de masse, résidences secondaires = volets fermés, campings-caristes = touristes de seconde zone, etc. ;
- appréhender les rapports des touristes aux lieux, sociétés d'accueil, organisations touristiques (institutionnels et prestataires), leurs perceptions et leur niveau de satisfaction ;
- mesurer les effets des différentes catégories de touristes sur le développement économique (économie résidentielle entre autres) ;
- mieux gérer les territoires et les organisations, favoriser la valorisation des patrimoines, une mise en marché des territoires et des pratiques touristiques plus efficaces ;
- orienter les politiques d'aménagement et la conception architecturale des lieux touristiques en connaissant mieux les comportements des touristes dans l'espace ;
- dresser un « profilage » des touristes pour mieux comprendre leurs pratiques et dresser des segmentations des touristes afin de mieux cibler l'offre touristique et faire évoluer voire renouveler l'offre touristique à destination des cibles identifiées ;
- mener une politique de qualité centrée sur les attentes, perceptions et niveaux de satisfaction des touristes.

Observation des touristes et innovation

L'appropriation des TIC par les acteurs, qu'il s'agisse des touristes ou des offreurs (prestataires, territoires, hébergeurs...) amène les techniques et protocoles

d'observation à évoluer avec les pratiques relatives au e-tourisme et désormais au m-tourisme, puisque l'usage d'internet devient nomade.

L'observation des activités du tourisme, des touristes et de leurs impacts est un enjeu d'innovation technologique fort. L'apport des TIC dans ce contexte porte principalement sur trois niveaux :

- la capture d'informations liées aux activités du tourisme,
- les protocoles méthodologiques et l'analyse des données liées à l'observation,
- et l'aide à la visualisation et les nouveaux usages liés au nomadisme.

L'ensemble de ces évolutions technologiques mène actuellement à une autonomisation des touristes dans leurs pratiques (Internet, réseaux sociaux, etc.), et une évolution des métiers du tourisme. Le développement des blogs de voyageurs, de sites notant les destinations et les organisations touristiques, les opportunités d'annotations collectives simples et ergonomiques offertes par les dispositifs nomades sur les réseaux sociaux mettent non seulement le touriste dans une situation d'observation des touristes et du système touristique, et transforment le touriste en un acteur informationnel actif, un co-créateur de l'offre et de l'expérience touristique. Les offices de tourisme ou autres acteurs privés adaptent également leurs activités à l'apparition de ces nouvelles technologies pour proposer des services de plus en plus personnalisés et profilés qui viennent compléter et « humaniser » ces services numériques.

Certaines communications ont traité la manière dont on peut scientifiquement exploiter ces nouvelles sources de données et plus globalement sur le rôle accru d'internet dans une démarche d'observation et de compréhension :

- analyse des stratégies et des démarches de réservation des touristes sur Internet (offre marchande, « désintermédiation », etc.) ;
- analyse des motivations et de la satisfaction des touristes comme moyen de mieux identifier les sources d'innovation dans la conception de l'offre touristique ;
- analyse du rôle des récits de voyages (littérature, blogs, commentaires de voyage, etc.) dans la mise en désir des lieux et la construction des imaginaires touristiques ;
- analyse de la fréquentation et de la satisfaction des touristes comme facteur de construction et évolution des lieux et organisations touristiques ;
- analyse de la fréquentation et de la satisfaction des touristes comme facteur de patrimonialisation des lieux ;
- analyse des parcours touristiques grâce aux nouvelles formes d'observations et d'analyse du comportement des touristes via l'utilisation de dispositifs mobiles (GPS, smartphones, tablettes) ;
- analyse automatique des comportements et des avis postés sur les blogs, forums et réseaux sociaux ;
- croisement de sources d'informations touristiques hétérogènes (textes, GPS, photos, ...), pluriculturelles et pluriethniques ;
- l'analyse de la fiabilité des informations trouvées sur le web et de l'objectivité des commentaires déposés par les touristes.

Certaines communications ont porté sur l'utilisation des nouvelles technologies pour rapprocher les créateurs, les diffuseurs et les consommateurs de contenus touristiques et ainsi s'adapter pour mieux correspondre aux attentes du tourisme :

- analyse de l'évolution des outils et des normes pour stocker et échanger des informations touristiques
- outils collaboratifs pour partager et créer des contenus personnalisés et contextualisés
- nouvelles normes de production et de transformation des données intégrant les nouvelles modalités du tourisme (texte, parole, géolocalisation, ...)
- nouvelles interfaces de communication actives ou passives avec les utilisateurs (smartphones, capteurs, agents conversationnels animés, ...)
- analyser les corpus de données hétérogènes pour la production d'indicateurs de gouvernance pour les décideurs politiques.

Sources et méthodes de l'observation des touristes

L'analyse des mobilités est notamment en SHS un enjeu méthodologique (modalités de collecte et de croisement de données, fiabilités des données statistiques, etc.). Qu'en est-il dans les autres disciplines ? Celles-ci partagent-elles les mêmes interrogations sur :

- la délimitation du champ d'observation et l'articulation entre des observations faites à différentes échelles ? Observation à l'échelle de sites, de destinations, de régions, de pays.
- la dimension diachronique de l'observation : comment l'analyse du passé éclaire-t-elle l'observation du présent, comment mener une observation en continu à partir d'indicateurs de suivi, comment l'observation du présent permet-elle de réaliser une démarche prospective ?
- la dimension synchronique de l'observation : comment comparer les territoires où les méthodes d'observation peuvent être différentes, comment faire en sorte qu'une méthode d'observation dans un lieu soit reproductible ailleurs ?
- les techniques ou les outils d'observation : la diversité et le poids des techniques (observation participante, enquêtes, entretiens, capture passive d'informations hétérogènes ou récupération des informations que partagent les touristes sur les réseaux sociaux et forums, etc.) dans la compréhension des tourisms, la complémentarité des méthodes quantitatives et qualitatives, etc.
- la fiabilité des sources et la représentativité de la population touristique observée

Valorisation des données de l'observation des touristes

Certaines communications ont abordé :

- la question du transfert de résultats entre le monde de la science et le monde du tourisme. Comment les théories et modèles produits par les scientifiques sont-ils exploitables par les institutionnels et les professionnels ? Et inversement, comment les scientifiques utilisent-ils la littérature grise dans leurs travaux ?

- la construction d'indicateurs : comment construire des indicateurs à destination des acteurs institutionnels, scientifiques et professionnels, de la société civile ou du grand public aux attentes et aux grilles de lecture parfois différentes ? Faut-il utiliser des approches classiques ou au contraire peut-on envisager la construction d'indicateurs à partir des informations extraites automatiquement sur le web ?

- le développement de la démocratie participative, des sciences participatives et l'observation : comment faire participer et mobiliser le touriste pour optimiser l'observation et comment le grand public (touriste ou non) s'empare-t-il des études scientifiques et institutionnelles ?

Observation, réglementation, politiques publiques et géopolitique

Le colloque a également permis d'interroger les thématiques suivantes :

- confidentialité et réglementation concernant l'observation,
- conflits d'usages entre touristes et autres usagers, zonage et réglementation,
- l'observation comme outil de production de textes législatifs ou réglementaires : comment le législateur prend-t-il en compte les pratiques et attentes des touristes et des professionnels en s'appuyant sur des dispositifs d'observation ? Quels sont les effets sur les politiques publiques ?
- l'articulation des différents niveaux de politiques publiques avec l'action privée concernant l'observation des touristes: OT, CDT, CRT... les acteurs institutionnels sont nombreux en France, et la question de leur cohérence et de leur pertinence au regard de l'évolution des marchés touristiques est posée. De même que la question de l'équilibre entre les attentes des acteurs privés et les exigences d'un développement territorial harmonieux et profitable à tous.
- l'instrumentalisation de l'observation par le politique : l'observation des touristes est-il un enjeu politique fort ? En quoi l'observation des touristes peut-elle participer à la construction d'indicateurs géopolitiques de la puissance des états et des effets des stratégies d'appropriation compétitive des lieux ?

Ce colloque organisé à La Rochelle du 9 au 12 juin 2015 a réuni 113 auteurs issus de 36 laboratoires de recherche dont 9 structures de recherche étrangères (Suisse, Allemagne, Finlande, Espagne, Royaume-Uni, Mexique). 80 propositions de communication ont été étudiées par le comité scientifique. Ces actes présentent une sélection de textes issus des 53 communications proposées lors du colloque.

Présentation

Observer les touristes pour mieux comprendre les tourisms

Observer les touristes est un sujet d'intérêt croissant pour les scientifiques et le monde professionnel ou organisationnel du tourisme. Le développement récent d'un certain nombre d'observatoires pilotés par des scientifiques ou des institutionnels en témoigne. Néanmoins, chaque discipline scientifique ou chaque acteur d'observation professionnel ou institutionnel peut se positionner différemment par rapport à l'observation en termes d'objets, d'indicateurs, d'échelles, etc. Ce colloque sera donc l'occasion de décrypter ces différences et de montrer les ponts ou passerelles entre chaque acteur. En effet, l'observation des touristes met en évidence un intérêt pluridisciplinaire sur l'observation scientifique mais pose aussi la question d'une approche interdisciplinaire où méthodes et paradigmes peuvent se compléter pour observer les touristes pour mieux comprendre les tourisms.

Observing tourists to better understand tourism

Observing tourists is a topic of growing interest for scientists and the professional or organizational realms of tourism. It seems to be confirmed by the increasing number of observatories managed by scientists or institutional structures. However, each scientific discipline or each professional or institutional actor might use different methods of observing the object, different indicators or scales of measurement, etc. This symposium will be an opportunity to understand these differences and show bridges or gateways between each kind of player. Indeed, the observation of tourists highlights a multidisciplinary interest in scientific observation but also raises the question of an interdisciplinary approach where methods and paradigms can complement each other to observe the tourists and hence better understand tourism.

Comité d'organisation

Caroline Blondy (coordination scientifique et logistique), Université de La Rochelle
Sophie Romain, Université de La Rochelle
Armelle Combaud, Université de La Rochelle
Didier Vye, Université de La Rochelle
Luc Vacher, Université de La Rochelle
Valentin Guyonnard, Université de La Rochelle
Isabelle Pairé, Université de La Rochelle
Laurent Augier, Université de La Rochelle
Laurence Brunet-Hunault, Université de La Rochelle
Thierry Guyot, Université de La Rochelle
Pascal Brunello, Université de La Rochelle
Stéphane Donnat, Charente Maritime Tourisme
Jean-Christophe Mercorelli, Châtelailon-Plage, Directeur de station

Comité scientifique

Abram Simone - Leeds Beckett University
 Augeron Mickaël - Université de La Rochelle
 Augier Laurent - Université de La Rochelle
 Baldacchino Godfrey - University of Malta
 Barros P. Carlos- Université Technique de Lisbonne, Portugal
 Bessière Jacinthe - Université de Toulouse 2 Le Mirail
 Blondy Caroline - Université de La Rochelle
 Bordereaux Laurent - Université de La Rochelle
 Brigand Louis - Université de Brest
 Brunet-Hunault Laurence - Université de La Rochelle
 Burie Jean-Christophe - Université de La Rochelle
 Chapuis Jean-Michel - Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne
 Cherel-Riquier Evelyne - Université de La Rochelle
 Christoffe Sylvie - Université Nice Sophia Antipolis
 Clave Salvador Anton - Rovira i Virgili University, Spain
 Clergeau Cécile - Université d'Angers
 Cohen Erik - The Hebrew University of Jerusalem
 Cousin Saskia - Université Paris Descartes
 Coustaty Mickaël - Université de La Rochelle
 Daniel Yvan - Université de La Rochelle
 Decrop Alain - Université de Namur, Belgique
 Delaplace Marie - Université de Paris-Est Marne-la-Vallée
 Dini Luca - Holmes Semantic Solutions
 Dory Daniel - Université de La Rochelle
 Duthion Bric - CNAM
 Euzéby Florence - Université de La Rochelle
 Fabry Nathalie - Université Paris-Est Marne-la-Vallée
 Freytag Tim - Universität Freiburg
 Furt Jean-Marie - Université de Corte
 Gannier Odile - Université Nice-Sophia Antipolis
 Gay Jean-Christophe - Université Nice Sophia Antipolis
 Graburn Nelson - Univeristy of Berkeley, California
 Grangé Philippe - Université de La Rochelle
 Gravari-Barbas Maria - Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne
 Grenier A. Alain - Université du Québec à Montréal

Hall Michael C. - University of Canterbury, New Zealand
 Hugot Laurent - Université de La Rochelle
 Jarak Diego - Université de La Rochelle
 Jégouzo Laurence - Université de Paris 1 Panthéon-Sorbonne
 Lapointe Dominic - Université du Québec à Montréal
 Lecuyer-Arcelin Linda - Université de La Rochelle
 Lew Alan A. - Northern Arizona University
 MacCannell Dean - Univeristy of Berkeley, California
 Mao Pascal - Université Joseph Fourier de Grenoble
 Marrou Louis - Université de La Rochelle
 Martinoia Rozenn - Université de Grenoble
 Müller Dieter - Umea University, Sweden
 Ogier Jean-Marc - Université de La Rochelle
 Paris Chris - University of Ulster
 Peltier Stéphanie - Université de La Rochelle
 Picon-Lefebvre Virginie - ENSA-PB
 Poirine Bernard - Université de la Polynésie française
 Poton Didier - Université de La Rochelle
 Rico Jean-Charles - Université de La Rochelle
 Saad Malik - Université de La Rochelle
 Sacareau Isabelle - Université de Bordeaux
 Sarrasin Bruno - Université du Québec à Montréal
 Segond Frédérique - groupe Viseo
 Seguis Linas Miguel - Universitat de les Illes Balears
 Stock Mathis - IUKB (Suisse)
 Sueur Isabelle - Université de La Rochelle
 Terrier Christophe - INSEE
 Tissot Laurent - Université de Neuchâtel, Suisse
 Urbain Jean-Didier - Université Paris-Descartes
 Vacher Luc - Université de La Rochelle
 Vallée Thomas - Université de Nantes
 Villerbu Tangi - Université de La Rochelle
 Violier Philippe - Université d'Angers
 Vye Didier - Université de La Rochelle
 Waterman David - Université de La Rochelle

Partenaires



SÉLECTION DE TEXTES
ISSUS DU COLLOQUE

Insaisissables touristes

Violier Philippe, Professeur des Universités en géographie

UMR 6590 ESO CNRS Université d'Angers

Résumé :

Comme toute pratique sociale, le tourisme fait l'objet de productions statistiques. Les données sont ensuite mobilisées pour des affirmations, démonstrations et autres informations sans qu'elles soient soumises à la critique. Cet article pointe les différentes limites liées à l'appareil touristiques et les enjeux cachés derrière l'apparente objectivité des chiffres produits par les institutions.

Mots clefs : Statistiques touristiques, dénombrements, imposition de territorialité, typologie des lieux touristiques, conceptualisation.

Introduction

Compter les touristes constitue un enjeu fondamental tant pour les acteurs professionnels qui en consomment lors de l'élaboration des stratégies et des plans que pour les scientifiques. Si, d'une manière générale, un phénomène n'existe que s'il donne lieu à une comptabilisation, prétendre à la primauté mondiale induit de ce point de vue des responsabilités et des exigences. Or, le flou des dénombrements accompagne et amplifie celui de la définition. Une approche critique des dénombrements en montre les limites, qui tiennent en grande partie à la difficulté de compter des populations mobiles (De Cantis et alii, 2015 ; Richie, 1975), mais ce n'est pas la seule aspérité qui perturbe la mécanique. Nous entreprenons dans cette présentation de dresser l'inventaire des difficultés qui nous assaillent dès lors que nous souhaitons saisir les pratiques des touristes.

La première question à traiter est celle de savoir qui prendre en compte, sauf à penser que le dénombrement, soit compter pour compter, se suffit à lui-même comme objectif. Ensuite, le tourisme comme pratique de mobilité suppose de mesurer, au-delà des individus, leurs actes. Enfin, la statistique est une affaire d'État, dans tous les pays du monde, même les plus libéraux, un organisme public y pourvoit. Mais cette emprise de l'Etat n'influe-t-elle pas sur la mesure ?

Qui compter ?

Nous ne reprendrons pas la démonstration qui a amené les géographes de l'Equipe MIT à proposer une conceptualisation rigoureuse du tourisme comme système qui a pour finalité la *recréation* des individus (Equipe MIT, 2002 ; Knafou et Stock, 2005). Si la proposition n'est pas reprise de manière hégémonique, elle n'a pas été réfutée. Mais au-delà, les dénombrements posent des questions spécifiques, en tant que population mobile tout d'abord, puis ensuite en prenant l'OMT à son propre jeu, enfin en analysant comment les stratégies des acteurs amènent à des estimations trompeuses.

Arrêt sur image

La comptabilisation des touristes n'échappe pas à la difficulté de compter les individus en mouvement. Surtout lorsque le chercheur se refuse à conceptualiser : « Si l'on considère que le touriste est quelqu'un qui peut venir de n'importe où pour aller n'importe où ailleurs, on concevra aisément qu'il ne soit pas facile de mettre en statistique tous ces mouvements » (Terrier, 2006). Les sédentaires, par essence, sont plus faciles à dénombrer. Il existe ainsi des recensements de population, des listes de propriété et de propriétaires, de locataires... L'appareil d'État est mobilisé. Le vagabondage est interdit. Rien de tout cela pour les touristes. Il est tout simplement impossible de connaître le nombre exact de touristes séjournant dans un lieu car la liste des hébergements n'est pas exhaustive tant elle est amplifiée par les hébergements dits non commerciaux.

L'OMT : un gendarme peu efficace

L'Organisation Mondiale du Tourisme s'emploie, notamment, à compter les touristes, du moins ceux qui franchissent une frontière. Avant de nous intéresser à cette question de bornage, intéressons-nous aux individus dénombrés. Pour cela l'OMT dispose d'un outil en apparence efficace car simple : « Les données des arrivées correspondent aux visiteurs internationaux sur le territoire économique du pays dont il s'agit, visiteurs qui comprennent à la fois les touristes et les visiteurs de la journée (excursionnistes) non-résidents. » (OMT, Yearbook, 2014). Au-delà de cette recommandation, l'OMT collecte mais ne produit pas les données. Or, l'examen des choix effectués par les États indique qu'une douzaine de manière de compter coexistent. En effet, plusieurs options sont en réalité prises qui aboutissent à plusieurs combinaisons.

D'une part, trois modalités principales de comptage sont en concurrence : les arrivées aux

frontières, 191 pays ont fait ce choix, l'enregistrement dans des hébergements, 98 pays, et enfin les nuitées qui y sont passées, 109. La dernière est un peu spécifique et vient toujours, pour la plupart des pays qui l'utilisent, en complément d'une des deux autres, 11 cependant ne publient des statistiques que selon cette modalité.

D'autre part, se pose la question de la nationalité. L'OMT se limite, en principe, à ne compter que les non-résidents qui entrent dans un pays. Le critère de résidence gomme en principe celui de la nationalité : 72 États sur 197, respectent cette règle. Mais certains s'y refusent. Ils sont à peine moins nombreux, 54, à prendre en compte la nationalité comme critère et donc ne dénombrent pas parmi les touristes ceux qui ont la nationalité du pays visité¹. Les données du Maroc font ainsi apparaître une catégorie autonome, indiquée à part et en fin de tableau, de Marocains Résidents à l'Étranger, qui n'est pas ventilée entre les différents pays de résidence. Ils représentent 4 millions des 9 accueillis par cette destination en 2012. Au contraire, la Tunisie les exclut complètement du dénombrement, les quelques d'entrées annoncées s'entendent « À l'exclusion des nationaux résidant à l'étranger », comme le précise une note en fin de volume page 848.

Ensuite, malgré les recommandations de l'OMT et la communication sur les résultats qui met en avant la condition de « touriste », soit une personne qui séjourne entre une nuit et une année dans un pays d'accueil, de nombreux États dénombrent les visiteurs. 6 transmettent à l'OMT les deux informations, touristes et visiteurs sur la base du franchissement de frontière, tandis que 66 États dénombrent les visiteurs. Il y a dans ce cas un risque de surestimation manifeste car la frontière produit un différentiel de prix pour certaines marchandises créateur de déplacements de faible amplitude de temps. Ce choix des visiteurs plutôt que des touristes exerce une influence essentiellement pour les pays enclavés, et beaucoup moins pour les insulaires. Enfin, le comptage dans les hébergements n'est pas plus effectué selon une base claire, pour une partie des pays (57) les hôtels sont pris en compte, pour une autre, 52, tous les modes d'hébergement.

Le nombre de touriste dans le monde est donc l'addition de catégories hétérogènes. Par exemple pour la Pologne, deux mesures sont produites, d'un côté le nombre de franchissements de frontières par des visiteurs s'établit à 67,4 millions en 2012, tandis que le nombre d'arrivées dans des hôtels et établissements assimilés n'est que de 4,3 millions.

Le nombre mystère

L'évaluation du nombre des touristes donne lieu à des approximations entre surestimations et sous-estimations.

Les surestimations proviennent tout d'abord du flou entretenu autour de la définition du touriste. Puisque pour certains toute mobilité est par essence touristique, de fait le nombre va augmenter considérablement si l'on inclut les relations sociales, les mobilités liées au travail ou aux études...

1 Précisons que parmi les 72, 6 comptent également les nationaux, ils ne figurent pas parmi les 54.

Mais aussi les comptages opérés donnent le tournis. Ainsi, dans de nombreux établissements notamment de visite ou de loisir, les touristes ne sont pas distingués des habitants. Notamment les élèves et étudiants en sortie scolaire ou en exploration sont d'autorité inclus. En Bourgogne, la hiérarchie des établissements visités est dominée par la basilique Sainte-Marie Madeleine située à Vézelay (848 956 visiteurs), par la basilique du Sacré-Cœur à Paray le Monial (475 000 visiteurs), les Hospices de Beaune (426 000 visiteurs, mais 400 000 pour la célèbre vente des vins), le circuit de Magny-Cours (325 000), il faut attendre le cinquième rang pour trouver un établissement incontestablement et essentiellement touristique avec le château de Guédelon.

Par ailleurs, lorsqu'il s'agit réellement de touristes, selon notre définition, il n'est pas rare que les individus pénètrent, au cours d'une même journée, dans plusieurs établissements. Par exemple, sur le site internet du Comité Régional de Picardie il est affiché : « Environ 5,8 millions de personnes ont visité les sites et lieux de visite picards en 2012 (Sources : ADRT/ORT sur la base de 78 sites répondants) : la tendance est à la baisse de fréquentation dans les lieux culturels et les sites naturels (-4%) et à la hausse dans de loisirs (+7%) »². Les individus comptées sont des entrées, et non des touristes, et on additionne. Il suffirait de confronter ces données aux dépenses par jour pour mettre en évidence la surestimation, mais les données économiques sont rarement publiées à une grande échelle. L'OMT procède de même puisque le nombre de touristes dans le monde n'est jamais que la somme des individus définis comme tel dans chaque État. Or, même si de nombreux circuits s'inscrivent à l'intérieur d'un État, il n'est pas rare, surtout si le morcellement est poussé comme en Europe, qu'un individu visite plusieurs États au cours d'un même épisode touristique. Ensuite, plus il y a d'États plus il y a de touristes. Comme la tendance est à la fragmentation...

À l'opposé, des sous-estimations peuvent être relevées. De Cantis, Parroco et Vaccina (2015) ont tenté d'évaluer l'« unobserved tourism » soit les personnes non comptabilisées pour des raisons fiscales ou réglementaires, et de celles fréquentant des hébergements non déclarés. Au sein du premier terme, il faudrait d'ailleurs ajouter la fréquentation masquée du fait des stratégies des touristes eux-mêmes, intéressés à se serrer afin de diminuer le coût. Au sein du second, les professionnels ne sont pas les seuls hébergeurs, et les visiteurs ne sont pas toujours accueillis gratuitement au grand damne des premiers pour lesquels le para-commercialisme constitue même un cheval de bataille. Or, l'économie dite participative semble se déployer. Même s'il est faux de présenter l'accueil chez l'habitant comme une forme nouvelle, puisque, au contraire, il a été à l'origine du tourisme dans lieux créés par le tourisme, et devenus stations (Équipe MIT, 2005), et que les Bed and Breakfast britanniques existent depuis le début du tourisme, ces possibilités s'accroissent. La pression de la crise économique, du prix des logements mais aussi l'affranchissement vis-à-vis des institutions alimentent la mise sur le marché de logements ouverts aux touristes. Au départ, ces initiatives ont été fondées sur des valeurs de bénévolat et d'accueil mais très vite le pas commercial est franchi, et seuls quelques irréductibles campent sur

2 Site <http://www.picardietourisme-acteurs.com/Vos-outils/Chiffres-cles-et-etudes/Le-tourisme-en-Picardie>, consulté le 23/07/2015.

des bases pures et désintéressées, au moins sur le plan économique (Schéou, 2014). Une première analyse nous a permis de relever que, dans des communes du littoral, une partie des résidences dites secondaires sont en fait des investissements réalisés par la société locale pour tirer profit du tourisme. En effet, le fichier des propriétaires révèle qu'une partie d'entre eux réside dans la même commune ou une très proche de la résidence principale.

De Cantis, Parroco et Vaccina (2015) dressent ainsi le panorama critique des différentes méthodes mobilisables pour mettre à jour cette sous-estimation. Après la mise en œuvre d'enquêtes, les auteurs parviennent à estimer la fréquentation touristique de la Sicile à 25,7 millions de nuitées au lieu des 13,2 millions obtenues selon les calculs de l'Istat pour l'année 2010.

Le recours des technologies numériques : avancée ou illusion ?

Le recours aux technologies numériques pour compter et repérer les itinéraires des touristes ouvre-t-il des perspectives nouvelles ? Nous pouvons répondre à cette question selon deux points de vue. Éthiquement pouvons-nous espérer l'avènement d'un monde de surveillance généralisé pour la seule raison qu'il nous permettrait de réaliser toutes les enquêtes dont nous rêvons ? À cette question des chercheurs (Showal et Isaacson, 2014) répondent que ce contrôle est moins grave qu'ailleurs puisque, par définition, le tourisme est une pratique ponctuelle. Cependant elle s'inscrit dans la marge de manœuvre d'un individu qui de fait se réduit.

Scientifiquement, il convient de se tenir à l'écart de deux tendances opposées. D'un côté, les progrès technologiques n'ont jamais tout résolu. De l'autre, la cécité n'apporte pas non plus une contribution enrichissante au débat. Le recours aux technologies numériques permet un suivi très précis des itinéraires des individus mobiles (Showal et Isaacson, 2007). Les relevés réalisés selon des méthodes traditionnelles restent difficiles, notamment le temps d'observation est toujours court – 15 à 20 mn - et soumis à de nombreux biais, notamment l'influence du sujet se sachant observé est patente. Le recours aux carnets de bord et aux relevés de budget-temps comportent également des limites soit dans la mémorisation des faits si l'administration est indirecte soit dans l'exigence d'implication pour l'individu enquêté. Avec la mobilisation de moyens électroniques, le temps d'observation pouvant être pratiquement infini, l'individu lâche prise. Cependant dans certaines techniques, la participation des individus est requise et donc des biais ne peuvent être exclus comme l'influence sur le comportement ou émanant des caractéristiques des individus qui se prêtent au jeu. Mais si la sophistication, voire l'hyper sophistication si on croise avec les photographies prises et diffusées, de la description représente un progrès considérable (Fournier et Jacquot, 2014), quelques incertitudes demeurent, notamment l'observation électronique souffre encore de quelques limites, taille des unités spatiales hétérogène, faiblesse du signal dans des situations particulières comme les rues couvertes (Showal et

Isaacson, 2007), sans compter le problème de l'usure de la batterie ou la multiplicité des opérateurs (Showal et Isaacson, 2014).

Les auteurs ne déconstruisent pas la notion de « touriste » telle que l'OMT l'envisage, ce qui revient donc à étudier les voyageurs. Lorsque la question est abordée (Olteanu Raimond et alii, 2012) le choix proposé n'est guère satisfaisant. En effet, distinguer les déplacements d'affaires de ceux qui sont liés aux loisirs à partir de critères simples comme la période (le week-end renvoyant aux loisirs et le cœur de semaine aux affaires) ou les rythmes (« nous avons fait l'hypothèse qu'un touriste d'affaire est immobile pendant les heures de travail » page 15) paraît trop mécanique. Par exemple, rendre visite à des parents ou amis inclut des moments d'immobilité. Inversement certaines pratiques inscrites dans le temps professionnel incluent de la mobilité, par exemple les voyages de stimulation.

Ensuite, si les technologies nouvelles résolvent la question de l'enregistrement, la compréhension exige de mobiliser de manière complémentaire des bases de données sophistiquées. Et dans ce domaine le problème de leur constitution d'une part, et de la capacité à les analyser, restent poser. Seule la capacité d'analyse permet de progresser soit la volonté de s'engager dans la déconstruction qui permet de distinguer au sein d'un l'ensemble, des mobilités différentes dont on peut supposer *a priori* qu'elles sont partiellement liées à des causes transversales, par exemple les compétences nécessaire pour se déplacer, mais aussi à des raisons spécifiques liées à des intentions qui ne le sont pas moins et à des histoires particulières. Le recours aux technologies numériques s'avère donc un complément efficace pour les méthodes d'enquête sur le terrain (Shoval Noam et Isaacson Michal, 2014 ; Branchet et alii, 2014).

Enfin, comme le précise Karine Fournier et Sébastien Jacquot (2014) l'extrapolation des comportements observés à tous les touristes ne peut faire l'économie de la compréhension des usages sociaux des technologies, notamment qui poste ses commentaires ou photos sur internet ?, et qui observe-t-on pendant une période mise à profit par certains pour se débrancher ? Un vaste chantier s'ouvre donc pour comprendre les usages avant de prétendre en tirer des enseignements.

Quelles informations recherchées ?

Les statistiques sur le tourisme sans doute confrontées aux difficultés de saisir les touristes sont centrées sur les infrastructures. Soit, ces dernières constituent l'unique objet d'observation, soit c'est à travers elles que les individus sont saisis. Au-delà, les données baignent dans une ambiance economiciste.

Appréhender le tourisme par les hébergements

L'offre d'hébergement constitue l'angle systématique sous lequel le tourisme est abordé. La grande stabilité des immeubles offre un contrepoint sécurisant à la mobilité touristique. Par ailleurs si les touristes passent en un lieu, le tourisme et les pratiques abordées dans leurs dimensions sociales et sociétales s'inscrivent dans la durée. Florence Deprest pour la montagne (1997), Philippe Duhamel et Philippe Violier pour le littoral (2011), l'Équipe Mit dans une approche plus globale (2011), l'ont montré. Dès lors, analyser le tourisme à partir des hébergements constitue une approche pertinente à condition d'une part, de distinguer les touristes parmi les usagers, et, d'autre part, de ne pas limiter l'espace parcouru par les touristes à la proximité en raison des mobilités secondes mises en œuvre.

Cependant, seule une partie des hébergements est prise en compte. Les statistiques de l'INSEE suivent précisément les hébergements dits collectifs soit les hôtels et les campings (Insee, 2014). Une partie de l'offre marchande reste dans l'ombre. L'offre non marchande, comme nous l'avons déjà évoqué, n'est que très partiellement mesurée.

L'objectif qui préside à la mesure repose sur la mesure des retombées économiques. Par exemple, la plupart des travaux effectués dans les régions sous l'égide des Comités Régionaux se limite à un inventaire et à la mesure de l'occupation des hébergements commerciaux, dans le meilleur des cas élargi aux résidences de tourisme, aux meublés, parfois à des modalités plus insaisissables comme les coches d'eau ou les péniches-hôtels. S'ajoutent les entrées dans les sites de visite, sans distinction entre les habitants et les touristes, ni les autres usagers. L'information est rarement abordée à partir de l'entrée par les touristes.

Une vision tronquée des pratiques

Lorsque les pratiques sont abordées les choix effectués sont marqués par les valeurs portées par l'élite sociale qui promeuvent des vacances utiles, culturelles, sportives et dénigrent le repos. Or, les spatialités des pratiques sont différenciées selon les intentions des individus (Mondou et Violier, 2009).

Dans l'enquête SDT, Suivi des Déplacements Touristiques, réalisée par la SOFRES pour le compte de la DGE³, Direction générale des Entreprises, l'intentionnalité est abordée de manière successive. Les ménages interrogés doivent premièrement indiquer s'il s'agit d'un motif personnel ou professionnel, ou mixte. Dans ce dernier cas, il est sous-entendu deux moments distincts puisque le déroulé de chaque segment doit être distingué dans

3 Pour cette enquête réalisée qui comprend un volet mensuel et un trimestriel plus approfondi, 20 000 ménages sont enquêtés sur les pratiques des personnes qui résident en France et âgées de plus de 15 ans.

les précisions attendues. Ensuite, le répondant doit préciser la « raison [du] séjour » en choisissant parmi 19 propositions. 5 déclinent des raisons professionnelles : « Réunion, rendez-vous professionnel », « stage ou formation professionnelle », « Congrès, colloque, séminaire », « Autre raison professionnelle ». 5 renvoient à une pratique touristique, mais l'une est très générale et globalisante, « Vacances, tourisme, loisirs », les autres très précises « Croisière maritime ou fluviale », « Événement ou spectacle sportif », « Manifestation culturelle, festival, fête », « Cure thermale, thalassothérapie, soins sans [sic] prescription médicale ». Deux relèvent des relations sociales « Visite à de la famille, réunion de famille (mariage, baptême...) », « Visite à des amis ». 6 ont un statut ambigu : « Activité bénévole », classée dans le spectre des loisirs de Norbert Élias et Erich Dunning parmi les activités partiellement dé routinisantes ; « Pratique sportive (stage, match, tournoi », qui peut relever du tourisme comme des sports au sens d'activité visant la compétition et exigeant une discipline et l'application de règles strictes ; « Autre stage non professionnel », « Cure thermale, thalassothérapie avec [sic] prescription médicale », « Étape sur le chemin des vacances ». S'ajoutent la catégorie « Pèlerinage » et l'item « Autre ».

Enfin, les répondants sont appelés à préciser les « activités pratiquées ». Trois réponses peuvent être données, en plus de « pas d'activité particulière ». Un large choix, 36 possibilités sont listées, est proposé dans la carte des réponses. La plupart sont précises. 26 activités physiques sont énoncées, donnant l'illusion d'une population à haut niveau de pratique sportive, du « ski alpin » à la « pêche » en passant par la « randonnée » et la « promenade, balade ». Les pratiques culturelles viennent ensuite. Nous en relevons 8 types, si on nous accorde d'y intégrer la « Gastronomie, œnologie » : « visite de ville », « de monuments, sites historiques », « de musées, expositions », « Festival, concert, théâtre, manifestations culturelles », « de site naturel », « de marchés, foires, brocantes », complétés par « Autre activité culturelle ». Une est plus difficile à classer tant elles rassemblent des éléments hétérogènes : « Parc aquatique, animalier, de loisirs », on sait que les zoos ne relèvent pas des Beaux-Arts, mais ils n'entretiennent-ils pas une culture du monde animalier ? Le rapprochement avec les parcs à thème est audacieux. La catégorie « Autre » complète l'ensemble. Dans cette liste, pas de place pour le repos, la détente, le farniente, la sieste... Or, la plage est la première destination des occidentaux pour les pratiques estivales et le repos est la pratique la plus caractéristique au bord de la mer. Comme répondait Jean-Didier Urbain à la journaliste du Monde Magazine qui l'interrogé dans un article paru en 2006, le discours des élites transparaît à travers cette liste : « on vous donne des vacances alors utilisez les bien ! ».

La question du territoire pertinent

L'appareil statistique comme produit de l'État est construit selon les mailles étatiques. En quoi cette réalité influe sur les chiffres produits et donc sur notre regard sur le tourisme ? Ne peut-on affirmer que nous n'étudions pas le tourisme en tant que pratique sociale globale mais l'image qu'en projettent les statistiques ?

À l'échelle du Monde

Le Monde du tourisme est perçu à travers la maille des États. S'il n'est pas contestable que ces derniers sont des acteurs de la construction du niveau mondial, l'exclusivité conférée fausse les appréciations.

L'approche par les continents, ou plus exactement par les régions du monde de l'OMT, accorde un poids exagéré à l'Europe du fait de son morcellement étatique. En effet, l'évaluation des mobilités touristiques entre les régions du Monde est réalisée en calculant la somme des mouvements mesurés pour chaque État inclus dans chaque région. De ce fait, plus il y a d'État plus il y a, potentiellement de touristes. Et comme le paradigme de la distance structure la pratique, la plupart des pays du continent sont visités par des ressortissants des pays voisins. Ainsi, l'Europe passe pour le continent le plus touristique du Monde.

Ensuite, la comparaison des États entre eux, est effectuée entre des étendues politiques aussi vastes que la Chine, la Russie ou le Canada et des micro-états. Or, la mesure à partir de surfaces annule les mobilités internes et ne prend en compte que celles qui sont réalisées entre des entités de même niveau mais de tailles très différentes (Terrier, 2006). L'hétérogénéité de la maille vide les comparaisons de tout sens. Pour contrôler cet effet maillage, la seule possibilité consisterait à regrouper les éléments constitutifs de rang inférieur dans un ensemble plus vaste supérieur, à condition que les premiers soient contigus. Il suffira de déduire de l'ensemble, les mouvements internes soit entre les entités de rang inférieur. L'opération en sens inverse n'est en revanche pas possible (Terrier, 2006). Il n'est donc pas faisable en l'état de prendre en compte les provinces de Chine comme autant de pièce d'un puzzle pour élaborer une comparaison satisfaisante avec l'Europe, aussi séduisante que soit la démarche du magazine « The economist » qui compare les Provinces de Chines à différents états du monde⁴ et nous montre à quel point parler de la Chine revient à l'appréhender comme un État standard alors qu'il s'agit d'un État continental. On peut donc évaluer le poids touristique réel de l'Europe en déduisant les mobilités internes, mais seulement du moins pour les départs des touristes. Car nous

4 http://www.economist.com/content/chinese_equivalents

ne connaissons pas les pratiques des touristes extra-européens en Europe, c'est-à-dire combien de pays en moyenne un non européen visite-t-il lorsqu'il se rend en Europe ?

De plus, les États influencent les résultats. En principe, l'OMT applique une règle de continuité spatiale qui induit que les dépendances éloignées sont considérées à part dans les statistiques. La fréquentation des confettis reliquats des empires coloniaux est ainsi comptabilisée de manière particulière. Au contraire, l'archipel Hawaïen fait figure d'exception. Mais pas l'île de Porto-Rico, au statut particulier d'État associé. Pour la Chine, Hong Kong et Macau sont décomptés à part alors que les deux anciens comptoirs ont été rattachés à la Chine et qu'il n'y a une parfaite continuité territoriale.

Enfin, dans tous les pays, le tourisme intérieur met en mouvement davantage d'individus que l'international. Or, c'est ce dernier qui est pris pour le tout dans les analyses.

À l'échelle des États et des subdivisions intra-étatiques

L'imposition territoriale (Raffestin, 1980) sévit également dans le champ du tourisme et influe sur les politiques touristiques. Dans ce chapitre, nous abordons la question sous l'angle de la statistique : en quoi l'appareil étatique produit à travers les statistiques une vision du tourisme tronquée qui peut influencer nos représentations. L'idéologie française est marquée par l'égalitarisme à tel point que toute différence est suspecte. La présentation des données va donc viser à promouvoir le tourisme partout et l'égalité entre les territoires devant le tourisme.

Une première illustration est donnée par le découpage du tourisme en catégories spatiales structurelles censées expliquer la fréquentation comme autant d'évidences, à savoir le rural et l'urbain, le littoral et la montagne. Cette opération d'égalisation donne l'illusion d'un territoire touristique plein et gomme toutes les disparités aussi bien entre les catégories, qu'à l'intérieur de chacune. D'une part, la carte des espaces touristiques élaborée par l'administration permet grâce à l'étendue de l'espace intérieur non montagnard de faire du plein avec du vide, soit de nous montrer au centre de l'hexagone un tourisme rural triomphant. Or un examen attentif des pratiques et des modalités, notamment la forte domination de l'hébergement non-marchand, montre que, s'il existe bien des destinations touristiques à la campagne, notamment au sud, Périgord et Ardèche, l'essentiel relève de mobilités de fin de semaine dans un système d'habitat polytopique structuré autour des grandes métropoles. D'autre part, l'appellation de tourisme urbain range dans la même catégorie Paris, première destination touristique dans le monde, et de nombreuses villes de provinces françaises où la présence d'une cathédrale et d'un château ne suffit pas à animer le cœur de l'été. Le tourisme littoral regroupe la Manche et le Var...

Une seconde illustration provient des manipulations exercées dans la présentation des

statistiques du fait d'un déni de réalité. Un exemple en est donné par la publication consacrée à la montagne touristique par Atout France (2013). Les auteurs écrivent : « Les Alpes du Nord représentent 27% des lits touristiques de la zone massifs, le Massif Central offrant un niveau presque comparable. Le massif des Alpes du Sud et les Pyrénées présentent des volumes voisins ... ». En résumé, tout est égal partout. Or, pour aboutir à ce résultat les auteurs ont séparé Alpes en deux massifs (Nord et Sud), et escamoté les différences de superficie (l'étendue du massif Central ratisse large). Si nous ramenons le nombre de lits à la superficie des massifs la hiérarchie apparaît clairement : dans les Alpes du Nord l'indicateur atteint 102 lits/km², contre 77 dans l'ensemble des Alpes, 61,8 dans les Pyrénées, et seulement 37 dans le Massif Central.

Une dernière opération, communément réalisée, consiste à égaliser le tourisme en l'étendant à l'ensemble d'une maille, alors qu'il n'en constitue une réalité probante que pour une partie de celle-ci. Ainsi, la carte du tourisme la plus diffusée en France est celle des départements. Du coup la concentration de Paris disparaît quasiment. Le maillage régional, notamment pour les emplois touristiques et la fréquentation des non-résidents, est encore plus efficace. Dans les faits, cela revient à diffuser statistiquement la concentration touristique dans un territoire plus vaste. L'effet est particulièrement marqué lorsque l'organisation de l'espace est linéaire, du fait de sa structuration soit par une façade maritime, soit par une vallée. Saskia Cousin écrit ainsi, à propos de la Touraine : « Cette province est investie depuis longtemps de pratiques qualifiées de touristiques... La part du tourisme dans l'économie est toutefois moins importante en région Centre qu'ailleurs, avec seulement 3,3% de l'emploi salarié total (4,4% pour la métropole, 3,6% pour l'Indre-et-Loire), principalement dans l'hôtellerie et la restauration. ». Elle fait la démonstration qu'en augmentant la superficie de référence, le poids du tourisme diminue (passage du département à la région) mais elle ne va pas jusqu'à constater que le tourisme dans cette région est structurée par la Loire, que la fréquentation est étroitement concentrée le long de la berge sud, et même, ce qui en explique le taux d'emplois faible, que Tours n'est pas une ville touristique spécifique, une ville-étape. Les touristes y dorment mais la visitent peu. Cela ne retire rien à l'intérêt de l'ouvrage, au contraire la marginalité relative du lieu étudié, Loches est située au sud du flux majeur, donne plus de force à l'analyse du prétexte touristique qui masque la manœuvre politique.

Une vision tronquée des lieux

La mesure des flux à partir des territoires produit une vision tronquée des lieux. D'une part, les dénombrements sont effectués soit aux entrées, soit dans des lieux fréquentés par les touristes, lieux d'hébergement ou de visite. De ce fait, la fréquentation touristique dans une surface, État ou subdivision intra-étatique est évaluée à partir de mesures réalisées à partir de points considérés a priori comme pertinents pour décrire la totalité des pratiques. À l'échelle internationale, les hébergements sont privilégiés, si bien que la

mobilité touristique est réduite à la circulation entre les étapes. Les lieux fréquentés mais dans lesquels les touristes ne séjournent pas, les sites, échappent à l'analyse. Il n'est pas possible non plus de distinguer les villes-étapes, dans lesquelles les touristes séjournent mais visitent, des villes touristiques qui cumulent les deux fonctions.

D'autre part, les relations que les individus établissent entre les lieux par leurs mobilités sont ignorées. Dans chaque territoire les mesures effectuées le sont du point de vue des acteurs du territoire. La circulation des touristes est donc segmentée par la surimposition du maillage. Les différentes fonctions touristiques, hébergement, lieux d'exercice des pratiques, sont appréciées de manière discontinue. Les réseaux de lieux ne sont donc pas vus. L'enquête SDT permettrait d'appréhender cette mobilité seconde puisque les répondants peuvent citer jusqu'à trois lieux pour chaque déplacement, mais à notre connaissance ces données ne sont pas traitées. Une enquête auprès des touristes, in situ ou au domicile, permet de restituer ces itinéraires. Pour sa thèse de Jérôme Pirioux (2012) a relevé par entretiens les successions de lieux fréquentés par les touristes. Il aboutit ainsi à cartographier des espaces touristiques de niveau supérieur, par référence à la typologie des lieux élémentaires élaborée par l'équipe Mit

Ces constats, vision tronquée des lieux et des pratiques, nous ont amené à élaborer une méthode d'évaluation des mobilités touristiques qui s'affranchisse des productions institutionnelles (Violier, 2011).

Conclusion

Si les données statistiques constituent un enjeu à la fois pour les professionnels et pour les chercheurs force est de constater que l'étude des conditions de leur production reste marginale. De la même manière que la définition du touriste est vite posée, vite résolue par certains auteurs, l'utilisation de n'importe quelle donnée pourvu qu'elle soit formulée en forme de chiffres n'est que rarement questionnée. Comment s'étonner dès lors que la compréhension d'un phénomène nous échappe ? La pression exercée par les institutions, et notamment par l'Organisation Mondiale du Tourisme, ne doit pas nous détourner de la tâche d'élaborer nos propres données. Et c'est peut-être en cela que réside l'opportunité représentée par les nouvelles technologies : échapper à l'emprise du monopole exercé sur les statistiques mondiales. Toutefois il reste à parcourir un long chemin dans l'analyse et la réflexion.

Bibliographie

- ATOUT FRANCE, 2013, *Panorama du tourisme de la montagne*, Editions Atout France.
- BRANCHET Bérangère, CHAREYSON Gaël, COUSIN Saskia, DA RUGNA Jérôme, MICHAUD Maxime, PINEROS Sairi, 2014, « Observer les pratiques touristiques en croisant traces numériques et observation ethnographique. Le projet de recherche Imagitour », *Espaces* 316, janvier-février, pages 105 à 113
- COUSIN Saskia, 2011, *Les miroirs du tourisme. Ethnographie de la Touraine du Sud*, Descartes et Cie.
- DUHAMEL Philippe, 2013, Chapitre 1 dans VIOLIER Philippe (sous la direction de), *Le tourisme, un phénomène économique*, La Documentation Française.
- EQUIPE MIT, 2002, *Tourisme 1, lieux communs*, Belin
- FOURNIER Carine et JACQUOT Sébastien, 2014, « Les traces numériques des touristes : un renouvellement de l'observation touristique ? », *Espaces* 316, janvier-février, pages 66 à 71
- FREYTAG Tim et WEBER Hans-Jörg, 2012, « Flux de mobilité touristique à Berlin », *Via@*, <http://www.viatourismreview.net>
- FREYTAG Tim, 2002, « Tourist in Heidelberg: getting a picture of the City and its visitors » dans WÖBER Karl, *City Tourism. Proceeding of European Cities Tourism's International Conference*, Vienna, Springer, pages 211 à 219
- INSEE, 2014, *Les hébergements touristiques en 2013. Retour confirmé de la clientèle étrangère*, Insee Première, Avril 2014, n° 1497
- OLTEANU Raimond Ana-Maria, COURONNÉ Thomas, FEN-CHONG Julie, SMOREDA Zbigniew, 2012, « Le Paris des visiteurs étrangers, qu'en disent les téléphones mobiles ? », *Revue Internationale de la Géomatique*, 22, n°3 pages 1 à 24
- PIRIOU Jérôme, 2012, *Enquête sur la région touristique. Une recherche sur les pratiques spatiales de dimension régionale des acteurs du tourisme*, Thèse Université d'Angers.
- RAFFESTIN Claude, 1980, *Pour une géographie du pouvoir*, Paris, Librairies techniques
- RUSSO Antonio, ANTON CLAVE Salvatore et SHOVAL Noam, 2010, « Advanced visitor tracking analysis in practice : exploration in the Port Aventura Theme Park and insights for a future research agenda », dans GRETZEL Ulrike, LAW Rob et FUCHS Matthias, *Information and communication Technologies in tourism 2010*, Springer
- SCHÉOU Bernard, 2014, « Couchsurfing et les réseaux de partage réinventent l'hospitalité », *Espaces*, 316, janvier-février, pages 36 à 42
- SHOVAL Noam et ISAACSON Michal, 2007, « Tracking tourists in the digital age », *Annals of Tourism Research*, Vol. 34, No. 1, pp. 141–159
- SHOVAL Noam et ISAACSON Michal, 2014, « Les techniques du tracking appliquées à la recherche sur le tourisme. Enjeux et perspectives », *Espaces* 316, janvier-février, pages 87 à 90
- SHOVAL Noam et ISAACSON Michal, *Tourist mobility and advanced tracking technologies*, Routledge
- SHOVAL Noam, MCKERCHER, Ng Erica et BIRENBOIM Amit, 2011, « Hotel location and tourists activity in cities », *Annals of tourism research*, vol n°38, n°4,
- DE CANTIS Stefano, PARROCO Anna Maria, FERRANTE Mauro, VACCINA Franco, « Unobserved tourism », *Annals of Tourism Research* 50 (2015) 1–18
- STOCK Mathis (Coord.), 2003, *Tourisme, lieux, acteurs et enjeux*, Belin
- TERRIER Christophe, 2006, « Flux et afflux de touristes : les instruments de mesure, la géomatique des flux », *Flux* 2006/3 (n° 65), p. 47-62.
- VIOLIER Philippe, 2011, « Les lieux du monde », *EspacesTemps.net*, Textuel, 22.08.2011 <http://espacestems.net/document8948.html>

Les liens aux lieux des résidents secondaires en Corse : l'exemple de la commune de Lumiu

Maupertuis Marie-Antoinette, Professeur de Science Economique,

UMR 6240 LISA CNRS Università di Corsica

maupertu@univ-corse.fr

Tafari Caroline, Maître de Conférences en géographie

UMR 6240 LISA CNRS Università di Corsica

tafari@univ-corse.fr

Poggioli Audrey, Ingénieur d'Etudes contractuelle

UMR 6240 LISA CNRS Università di Corsica

ap102b@gmail.com

Résumé :

Considérant qu'habiter les lieux est plus que simplement y résider, cet article s'intéresse précisément aux liens aux lieux qu'entretiennent les résidents secondaires du littoral corse, dont la compréhension est un préalable à une caractérisation fine de la contribution territoriale de ce type de tourisme particulier. A partir des résultats d'une étude qualitative conduite dans une commune littorale de la frange côtière du nord-ouest de l'île (Lumio, Balagne), les auteurs ont analysé les pratiques et les territorialités de résidents secondaires et en ont tiré quatre profils types, du résident "ancré" au "détaché", qui se distinguent par la façon dont ils combinent quatre dimensions des liens aux lieux : leur histoire de vie, l'espace géographique pratiqué, l'espace social dans lequel ils s'insèrent, l'évocation du sensible et de l'intime. Les auteurs montrent ainsi que le tourisme de résidences secondaires est sous-tendu par des pratiques protéiformes, non homogènes.

Mots clés : résident secondaire, liens aux lieux, territorialité, tourisme résidentiel, Corse

Introduction

En Corse, comme dans bien d'autres territoires attractifs, la demande touristique se matérialise par le développement rapide du nombre de résidences secondaires : ce type de logement peut représenter jusqu'à 80% du total des logements dans certaines communes, tandis que pour l'ensemble de l'île, la moyenne frise les 35 % ce qui représente un taux très élevé par rapport aux 9% nationaux (Maupertuis et alii., 2015). Bien que contribuant indéniablement à l'« économie présenteielle » au sens de L. Davezies (2008), ces formes d'habitat et les modes d'habiter qui lui sont associés sont très souvent décriés par les populations et les élus locaux. Le « problème » des résidences secondaire alimente régulièrement des débats socialement vifs (Kessler et Tafari, 2015) : en effet, au sein de ces communautés, le rapport et l'équilibre entre résidences secondaires et principales renvoient aussi à des problématiques d'aménagement de l'espace, de ségrégation socio-spatiale, de vivre ensemble, de qualité de vie.

Pourtant, les pratiques associées à ces résidences secondaires semblent multiples et protéiformes : location à l'année, location partagée, séjours en bien propre ou migrations inter-résidentielles pratiquées par des résidents de quelques jours ou quelques semaines. Qui sont ces résidents secondaires ? « Des touristes à part » (Urbain, 2002) ? De simples visiteurs ? Des habitants participant de la communauté locale, au moins à temps partiel ? Comment s'approprient-ils les lieux ? Quelles sont leurs pratiques résidentielles ? Quelles sont les territorialités qui les caractérisent ?

Identifier les types de résidents secondaires habitant, fréquentant, investissant un territoire donné à partir des liens qu'ils entretiennent avec les lieux qui les environnent - *leurs liens aux lieux* -, c'est précisément l'objet du travail restitué ici et dont les résultats sont issus d'une enquête de terrain menée sur la commune littorale de Lumiu (Haute-Corse). La typologie présentée s'appuie sur une hypothèse fondamentale : habiter est plus que résider ou posséder une maison en un endroit. Les *liens aux lieux* représentent alors une clé de compréhension essentielle qui doit selon nous retrouver toute sa place dans l'analyse et la compréhension des recompositions territoriales à l'œuvre sur le littoral corse en particulier. Il s'agit d'un préalable à une caractérisation fine de la contribution effective de ce type de tourisme si particulier.

Les résidents secondaires comme révélateurs de la complexité des liens aux lieux et au territoire

La résidence secondaire : un objet pas si simple...

A première vue, pour l'économiste, s'interroger sur les résidences secondaires ne pose pas de problèmes de dénombrement particulier : les données existent. L'INSEE et les services fiscaux proposent chacun une définition qui permet *a priori* de quantifier ce type de bien. Selon le fisc, une résidence principale est un logement qui répond aux deux conditions suivantes : (1) la résidence y est habituelle et effective avec l'ensemble de la famille ; (2) la résidence est le centre des intérêts professionnels et matériels. Par conséquent, il est impossible en France d'avoir plusieurs habitations principales et la résidence secondaire est par défaut celle qui n'est pas principale. On peut les recenser.

Pour autant, comme nous avons pu le constater pour la Corse, à l'instar de Bonnain-Dulon pour d'autres régions françaises (1998, p.161), un certain nombre de biais statistiques accompagnent la production de ce type de données : nos calculs révèlent une différence de l'ordre de 20 à 25% entre le taux de résidences secondaires enregistré par l'INSEE et celui établi sur la base des fichiers fiscaux MAJIC¹ (Maupertuis et alii., 2015), ce qui illustre bien que le périmètre d'observation est différent d'une approche à l'autre. Par exemple, de nombreux biens immobiliers classés « résidence secondaire » par l'INSEE sont en fait les maisons de village appartenant à des Corses résidant en permanence dans les principales villes de l'île² et pour la majorité d'entre elles régulièrement occupées³. Cette réalité sociologique ne correspond d'ailleurs pas du tout à la représentation collective de la résidence secondaire sise sur le littoral corse appartenant à un résident continental qui, selon les élus locaux, serait susceptible de faire l'objet de mesures fiscales spécifiques.

Les résidences secondaires recouvrent, on le voit, une réalité complexe (Maupertuis et alii., 2015) : il peut s'agir d'une maison de campagne vers laquelle on s'évade à la recherche

1 Ce taux reste cependant très largement supérieur à la moyenne française qui est de 9%. Il passe de 35% à 27% même une fois corrigé selon la méthode développée par Maupertuis et alii., 2015.

2 45% des Bastiais et 55% des Ajacciens possèdent une résidence secondaire au village (Moretti, 2010).

3 Finalement, plus que le taux de résidences secondaires qui est, on le voit, un indicateur à interpréter avec précaution, les statistiques sur les mutations des biens constituent assurément une source d'informations plus pertinente pour comprendre l'évolution des modes d'habiter sur un territoire. L'exploitation des fichiers MAJIC, PERVAL et SAFER pour la Corse montrent bien que depuis les années 1970, la part des mutations en faveur de personnes résidant hors de l'île n'a cessé de croître et que les biens cédés ont changé de destination d'usages (Tafari, 2010 ; Tafari et Giannoni, 2015 ; Prunetti et alii., 2015).

d'un « paradis vert » (Urbain, 2002a), d'une maison de famille héritée ou achetée où l'on retrouve ses racines et où l'on reconstitue le nid familial (Bonvalet, Lelièvre, 2005), d'un investissement spéculatif incité par des offres fiscales et immobilières attractives comme en Espagne ou dans les DOM-TOM (Diaz Orueta, 2012). Elle peut être située à quelques kilomètres de son domicile principal – comme le cabanon à Marseille ou la maison de village en Corse – comme à plusieurs centaines de là, sur le littoral, à la campagne, à la montagne ou dans une île. Il peut s'agir d'une maison individuelle de superficie plus ou moins grande (villa, ferme, gentilhommière, pavillon, etc.), d'une partie de maison lorsque le patrimoine familial est partagé entre enfants ou encore d'appartements en immeubles, résidences de vacances et tout ce que les promoteurs immobiliers ont trouvé comme formes d'habitat à vendre comme la maison de ses rêves. Les pratiques de l'espace et des lieux y sont diverses.

Au regard de ces constats, il semble nécessaire de dépasser la connaissance de la stricte propriété du bien pour appréhender pleinement l'emprise spatiale, sociale et économique et les impacts territoriaux de ce type de tourisme particulier : l'objet à analyser n'est pas tant le bien que le possédant ou l'occupant. Il nous faut donc passer de la résidence au résident. Mais ce « résident à part », qui est-il vraiment ? Un habitant ? Un possédant ? Un simple amoureux des lieux ?

Les résidents secondaires : une catégorie d'« habitants » à part

L'anthropologue et le sociologue se sont intéressés plus que l'économiste et avant le géographe à cette catégorie d'habitants, bien qu'ayant eux aussi, au départ, focalisé leur attention plutôt sur l'habitat secondaire que sur l'habitant singulier qu'est son possédant ou son locataire (Dubost, 1998, Urbain, 2002). Si la résidence secondaire couvre des réalités très diverses que l'INSEE ne peut classer qu'en une seule et même catégorie, les résidents secondaires sont aussi divers et ne correspondent pas à une catégorie homogène.

La pratique d'un résident secondaire est tout autant liée à une question de résidence (étymologiquement *residere* signifie être assis sur...) qu'à une question de mobilité. Dès 1968, l'anthropologue Radkowski⁴ soulignait le passage de la sédentarité au nomadisme dans les sociétés contemporaines et les nouvelles formes d'habiter qui en découlent. Stock nous livre en substance la même idée lorsqu'il relit le phénomène de résidence secondaire à l'aune de « *modes d'habiter poly-topiques* » (Stock, 2004, p.4). Dans le même sens, une étude récente relative aux comportements résidentiels des retraités (Caradec, 2010) met en évidence les recompositions du système résidentiel lorsqu'arrive l'heure de la fin de vie professionnelle : le changement consiste à vendre sa résidence principale pour se localiser dans une région d'origine ou plus clémente sur le plan climatique, à effectuer

4 Dont les travaux ont fait l'objet d'une synthèse publiée en 2002 aux PUF.

des migrations saisonnières mais plus longues vers la maison des vacances ou encore à avoir carrément une double résidence. En d'autres termes, l'« espace de vie » change (Bonvalet, Lelièvre, 2005). Se pose donc la question de savoir si la résidence principale est finalement si principale que ne le laissent supposer les statistiques, et inversement. A propos des mobilités du résident secondaire, J-D. Urbain (2002b) souligne combien ce « *touriste à part* » tient du « *double inconstant* » rodé à la « *pratique ubiquitaire* », à la « *mobilité itérative* » entre son domicile permanent (ou presque) et un territoire d'accueil. Il est fidèle aux deux et c'est cette double fidélité qui nous interpelle, comme le fait qu'il soit « *d'ici et d'ailleurs, un passant qui reste et un habitant qui passe* » (ibid. p.516). Mais cette fidélité au lieu n'est pas toujours une fidélité à une communauté ou à un territoire, car selon le sociologue, ce que recherche le résident secondaire, ce serait un isolement, voire un isolement volontaire, qui vise dans un cas extrême le confinement dans un habitat spécifique et un « *enclavement* » social. Puisqu'entouré d'autochtones ou d'autres résidents secondaires, il n'a que peu de contacts avec les uns comme avec les autres. Plus généralement, Jean-Didier Urbain considère qu'il a un « *statut social flottant (...)* un propriétaire qui, quant à l'intérêt commun, vit comme un locataire, désresponsabilisé au regard des préoccupations collectives » (ibid., p.517). Il développe une « *sédentarité cyclique* » avec ses habitudes sur un territoire différent de son espace de vie mais qu'il connaît néanmoins bien. De cette ambivalence découle un nouveau mode d'habiter bien plus complexe à saisir mais qui est loin d'être neutre pour un territoire donné.

Le résident secondaire a donc un rapport aux lieux bien particulier : c'est un habitant et pas seulement un simple résident... L'habitant – étymologiquement un *habiteur* – est avant tout un « étant » selon Radkowski (2002) : « *Le lieu est le bien des sédentaires, leur « propriété exclusive ». Hors de chez eux, il se transforme en fausse monnaie. [...] le lieu est ce qui est préposé à la garde de l'étant. Gardien de l'étant, il l'accueille et l'abrite ; le cache, le préserve ou l'offre. Terre où son existence s'enracine, sol d'où elle puise sa présence, le lieu est le fondement de l'être de l'étant [...]* » (Radkowski, 2002 cité par Berque, 2010, p.294). L'habitant est celui qui *est* au lieu, qui se co-définit avec ce lieu selon un processus de trajection bien expliqué par Berque (2010) : il y a « *une imprégnation réciproque du lieu et de celui qui s'y trouve* » (idib.). Habiter n'est donc pas seulement résider. Nous pouvons nous reposer la question en ces termes : habite-t-on toujours les lieux lorsqu'on est bi ou multi-résident ? Parmi les résidents secondaires localisés sur un territoire donné, certains sont certainement proches de la catégorie « habitant-étant » alors que d'autres ne font vraiment que « passer ». Selon Mathieu (2004, p.11) « *quand il y a multi résidence, le « chez-soi » est rarement associé à la résidence principale parce qu'elle est urbaine et synonyme de vie active. Les personnes projettent alors, dans leur résidence secondaire, les vertus supposées du lieu de vie idéal, de l'Eden* ». Il y a encore bien d'autres façons d'habiter : certains résidents secondaires ont développé un lien aux lieux de type familial ou patrimonial comme le montrent Perrot (1998) et Bonvalet et Lelièvre (2005) ; d'autres ont hérité d'une maison à laquelle est attachée l'histoire de la famille -c'est l'« autre

maison », refuge des générations (Dubost, 1998)-. Certains résidents secondaires qui viennent depuis des années dans une région ont parfois longtemps séjourné en camping, loué un deux pièces puis ont fini par acheter. Parfois le terrain est acheté des années avant que l'on puisse construire. On y campe d'abord, on y place un mobil home qui devient immobile avant de bâtir en dur. Le nouveau refuge familial peut aussi être construit par l'acquisition ou la construction d'un nouveau bien. Quoi qu'il en soit, « *cette autre maison joue effectivement un rôle essentiel dans le fonctionnement même de la famille. Elle est le lieu où parents, enfants, grands-parents, petits-enfants, se retrouvent, loin des contraintes quotidiennes (Bonvalet, 1991), le lieu par excellence de regroupement familial (...)* La maison remplit dès lors son rôle : réunir la famille sous le même toit » (Bonvalet, Lelièvre, 2005, p. 116).

Et pour comprendre les liens aux lieux de ces habitants dans toutes leurs dimensions, comme l'ont montré Mathieu et al. (2004) pour des lieux de vie de résidents urbains, la question du *dedans* et du *dehors* du territoire de circulation et de vie est aussi importante à considérer. Il y a évidemment le lien à la maison, le *dedans*, mais aussi le lien à l'autour. L'attachement à la maison peut s'accompagner d'un attachement à une communauté et à un territoire. C'est souvent le cas des natifs mais ce peut être aussi le cas de « résidents secondaires » sans racine familiale. Habiter le *dedans* ne pourra se concevoir pour certains sans habiter le *dehors* de la maison. Et parfois le *dehors* est même plus important que le *dedans*. C'est la recherche de la nature, de la mer, d'autres horizons qui guide ces comportements multi résidentiels (Urbain, 2002a, Papy, Mathieu, 2010). L'investissement de lieux hors de son territoire premier par un résident secondaire est donc loin d'être toujours, ou pas seulement, un investissement financier, un placement économique. Ce peut être aussi une redéfinition de son espace de vie qui intervient à une étape particulière de sa trajectoire personnelle. Caradec (2010) l'a montré pour les retraités. Guerin-Pace (2006) le met en évidence dans son analyse des lieux habités et des lieux investis à partir de l'enquête *Histoire de vie*. Le lieu de résidence, les lieux d'attachement et les lieux de projet semblent souvent prévaloir sur les lieux d'origine ou de naissance dans la définition du sentiment d'appartenance à un territoire.

Ainsi, dans le cas de la résidence secondaire, certains investiront peut-être plus que d'autres les lieux considérés comme lieux de projet (de construction d'une maison, d'une retraite) ou pour lesquels des attaches se sont construites dans le parcours de vie. Ce qui nous amène à dire que pour saisir qui sont les résidents secondaires, il convient de faire l'hypothèse que le mode d'habiter n'est pas qu'une question d'habitat, de résidence ou de localisation. Comme le montre cette revue rapide de littérature, l'habiter, même à titre secondaire, semble procéder du tissé de plusieurs liens à une maison et/ou à un territoire qui s'inscrivent dans des temporalités et des spatialités différentes selon les individus.

Lumiu : attractivité résidentielle d'une commune littorale de Corse

Pour analyser ces types de liens, nous avons mené une enquête qualitative sur la commune de Lumiu (Corse), commune située au Nord-Ouest de la Corse, en Balagne, à 14 km d'Ile-Rousse et à 10 km de Calvi. Il s'agit d'une commune de superficie modeste (19,2 km²) et qui compte 1250 habitants permanents déclarés. Le choix de cette commune comme territoire d'enquête tient à deux explications principales :

- Premièrement, cette étude a été conduite dans le cadre du projet « VIPLIMED⁵ » soutenu par la Fondation de France, projet qui porte sur l'impact de la visibilité des paysages sur les recompositions territoriales à l'œuvre dans des communes littorales de Corse (Calvi et Lumiu), de la Côte Bleue marseillaise (Le Rove, Ensuès-la-Redonne et Carry-le-Rouet) et la Riviera française (Antibes et Vallauris) ;

- Ensuite, la forte touristicité et attractivité de Lumiu auprès des résidents secondaires a motivé notre choix. Selon les experts, la commune multiplierait par dix le nombre de ses habitants pendant la saison estivale, par cinq à dire d'élus. Lumiu est avec Calvi la commune qui rassemble le plus de résidences secondaires dans la micro-région de Balagne : en 2011 on dénombrait 2311 logements dont 76% en résidences secondaires et selon les statistiques fiscales (données MAJIC), 67%.

Cette commune de Lumiu est aussi intéressante en ce qu'elle s'étend sur un territoire qui rassemble une diversité de lieux de vie et d'aménités paysagères, de la vue exceptionnelle sur la baie de Calvi dominée par la Citadelle du XIII^{ème} siècle depuis les plages de sable blanc et de galets, à la vue sur le massif du Monte Grossu, entre autres. Les zones de vie de la commune sont facilement identifiables.

5 VIPLIMED : Intégrer une connaissance de la Visibilité et des représentations du Paysage pour la gestion et la planification de l'espace en zone côtière. Analyse spatiale et approche socio-culturelle sur trois Littoraux MEDiterranéens.

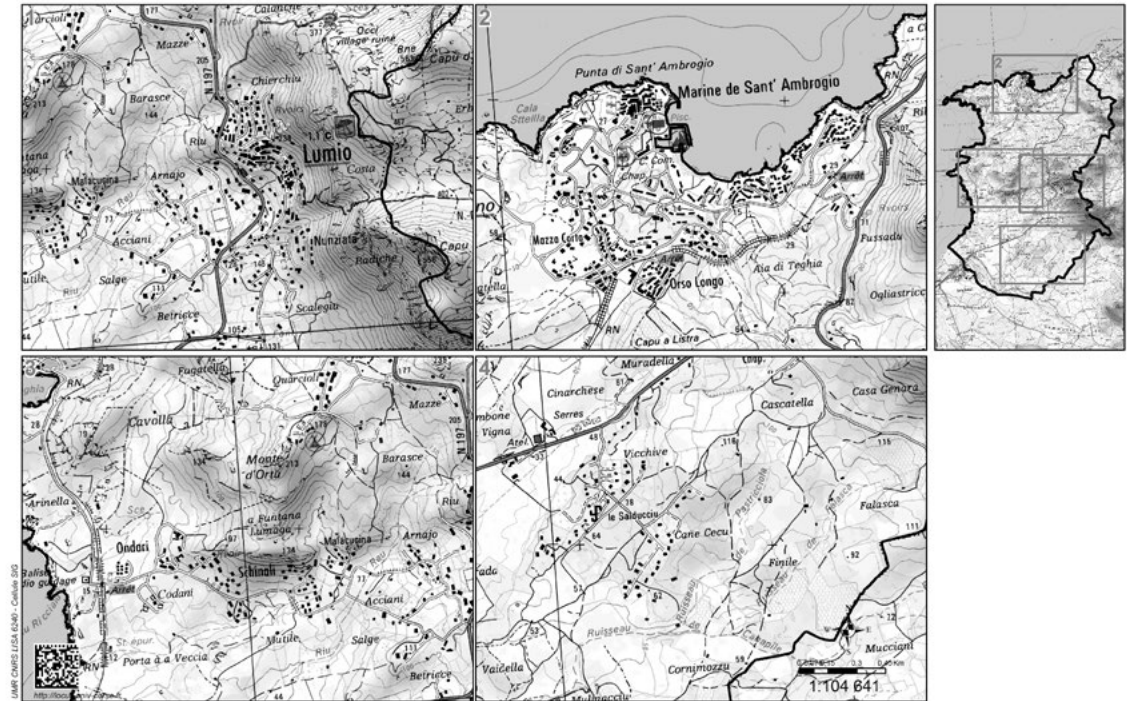


Figure 1 : les quatre quartiers principaux de la commune de Lumiu

Quatre noyaux d'habitations principaux sont repérables (figure 1), bien que le bâti diffus tende à les connecter les uns aux autres :

- le village, cœur historique de la commune avec des bâtisses datant du XVII^{ème} siècle, l'église et les principaux commerces ;
- Sant' Ambrogio, la marina qui se développe depuis les années 1970 où s'est implanté, entre autres, le Club Med dès 1971 ;
- le quartier bâti de part et d'autre de la route qui mène à la plage de l'Arinella ;
- enfin, le quartier résidentiel Salducciu qui se situe au sud de la Route Nationale littorale, en direction de Calvi, au cœur d'anciennes pâtures et de vignobles encore en production.

Cette enquête repose sur une trentaine d'entretiens semi-directifs réalisés auprès de résidents secondaires. La trame d'entretien suivie s'articule autour de quatre parties thématiques :

1. Le type d'habitat (individuel pur, collectif, etc.) et ses caractéristiques (superficie du bâti, du terrain, aménités, neuf/ancien, etc.) ;
2. Les mobilités des résidents : leur origine géographique, leur lieu de vie principal, la fréquence et la durée des séjours ;

3. Les usages et la perception des lieux des résidents : les motifs de leurs séjours (week-ends, vacances, travail, etc.), leurs motifs à fréquenter le territoire, les motifs sous-jacents à leur investissement dans cette maison, la façon dont ils perçoivent eux-mêmes leur ancrage, leur implication dans la vie de la commune, leurs perspectives d'installation, etc. ;
4. Et enfin, une série de questions portant sur leur profil (âge, nationalité, CSP, etc.).

Les entretiens, conduits en italien et en français, ont été menés de manière plutôt aléatoire au sein des différents quartiers (porte-à-porte). L'analyse qualitative des « *récits de lieu de vie* » (Mathieu et al., 2004) collectés nous a permis d'identifier la nature et les dimensions des liens aux lieux des résidents rencontrés, telles que définies ci-avant, et de déterminer quatre profils de résidents secondaires. Il est important de signaler ici que de nombreuses maisons individuelles ne sont pas accessibles à l'enquêteur, les terrains étant quadrillés et sécurisés ; il est donc pratiquement impossible de rencontrer leurs propriétaires sans avoir été préalablement introduit par un tiers. Cela a un impact certain sur la représentativité des types de résidents identifiés⁶.

De l'enraciné au détaché : récits de résidents secondaires à Lumiu

Quatre profils de résidents secondaires ont donc été déterminés sur la base de la conduite des entretiens semi-directifs : les enracinés, les habitués, les enclavés, les détachés.

Type 1 : Les enracinés

Le premier profil identifié est celui des *enracinés*. Ils représentent 14% des entretiens réalisés. Ces personnes sont ancrées sur le territoire depuis plusieurs générations. Leurs parents, grands-parents étaient déjà présents sur la commune et ils ont, pour la plupart, toujours vécu ici. Le lien au territoire est tissé depuis des années et ils ont un attachement très fort à leur lieu de vie. Ils aiment leur commune de résidence et ne s'imaginent pas vivre ailleurs. Ce sont principalement des résidents localisés dans le village qui évoluent en dehors du territoire pour des raisons professionnelles et personnelles, mais ils sont présents sur la commune dès qu'ils le peuvent. Ils occupent souvent une maison qu'ils ont héritée et qui appartient à leur famille depuis des générations. Ils sont dans une logique

⁶ Nous pensons notamment au CSP⁺ possédant des maisons individuelles et des très grands terrains.

de bi-résidentialité, partageant l'année entre le lieu de vie principale et leur résidence secondaire dans laquelle ils se rendent plusieurs fois au cours de l'année, pour des week-ends ou pour les vacances. Lors de leur retraite, ils souhaitent s'installer de manière permanente sur le territoire. La famille de ces résidents est présente depuis des années sur la commune et ils ne se considèrent pas comme des touristes : ils éprouvent d'ailleurs une certaine légitimité à arpenter ces lieux qu'ils ont toujours connus.

Type 2 : Les habitués

Les résultats de notre enquête mettent en évidence que les *habitués* sont les plus représentés sur la commune (43% des répondants)⁷. Ces résidents ne sont pas originaires du territoire, ils ne possèdent pas d'ancrage familial mais sont malgré tout présents depuis plusieurs années. Ce sont des personnes qui sont « tombées amoureuses » du lieu, terme utilisé par beaucoup d'entre eux lors des entretiens, et qui ont investi dans l'achat d'une résidence secondaire. Ils ont développé un véritable attachement au lieu qui résulte notamment du temps qu'ils passent sur le territoire. Certains, devenus résidents permanents, sont originaires d'autres régions de Corse ou du sud de la France et ont construit leur vie dans le village ou en continuité directe dans des maisons qu'ils ont bâties ou rénovées. Ils se sont bien intégrés à la communauté et ne souhaitent pas changer de commune de résidence. Les résidents secondaires que nous retrouvons dans ce profil font, pour la plupart, partie des premiers vacanciers de la Marine de Sant'Ambrogiu. Eux-mêmes ou leurs parents ont investi dans une petite maison de vacances lors des premières constructions dans la marina, dans les années 1970. Au-delà d'un simple bungalow de vacances, ils se sont attachés au territoire, aux habitants qu'ils retrouvaient année après année et se sont créés des habitudes. On peut dire qu'ils transfèrent dans ce lieu de vie leur idéal (Mathieu : 2004, p.11). Ils ne viennent pas simplement deux semaines pendant les vacances scolaires, ils entretiennent un lien plus important et viennent au minimum trois fois par an. Certains d'entre eux passent même plus de six mois dans ces résidences... plus tout à fait secondaires. Ils ne se considèrent absolument pas comme des touristes mettant en avant leurs habitudes vieilles de trente années, l'intégration à la communauté de la marina et la consommation de produits locaux. Il est également intéressant de noter que la majorité d'entre eux possède une vue significative à partir de leur logement, que ce soit une vue du golfe de Calvi et des montagnes à partir du village, ou d'une vue directement sur la mer à partir de Sant'Ambrogiu et que ces aménités sont pour eux complètement intériorisées comme étant constitutives de leur habitat par le biais d'une « *mise en dedans du dehors* » (Mathieu, 2010). Pour finir, lorsqu'on les interroge sur

⁷ Il convient de préciser que ces résidents sont les plus faciles à rencontrer et à interroger : cela a un impact certain sur la représentativité de cette catégorie.

leurs projets d'installation définitive lors de leur retraite, les réponses s'avèrent mitigées : quand certains d'entre eux répondent « oui » sans hésiter, d'autres sont plus réservés et déplorent le manque d'activités « hors saison », ce qui constitue pour eux un frein évident à une installation à l'année. Cependant tous s'accordent à dire qu'ils souhaitent passer le plus de temps possible dans leur résidence secondaire et pérenniser ainsi un lien bâti par la force des années.

Types 3 : Les familles « enclavées »

Alors que les deux premiers profils sont fortement ancrés au territoire, environ un tiers des répondants (32%) évoquent, au-delà de leur lien au lieu, surtout un lien à leur maison et à ce qu'elle représente. Ces résidents secondaires sont principalement attachés au fait que le territoire sert de support à la réalisation de leurs vacances en famille. Ils possèdent cette résidence secondaire afin de pouvoir réunir au minimum une fois par an, leurs enfants, petits-enfants et amis dans un même lieu qui permet un accès rapide à la plage et toutes les commodités nécessaires pour passer un séjour agréable. Les personnes rencontrées que nous avons situées dans cette catégorie sont d'ailleurs toutes localisées dans la marine de Sant'Ambrogio. Ils ont bien sûr des habitudes depuis plusieurs années également, mais leurs propos ne mettent pas en avant un attachement particulier à la commune. Il semble qu'ils aient eu l'opportunité d'investir ici mais qu'ils auraient très bien pu choisir une autre résidence sur un autre territoire littoral. Ce qui est important pour eux est avant tout de posséder un lieu pour passer du bon temps et rassembler leurs proches, ce qui fait partie de l'imaginaire rattaché à la maison secondaire et à la fonction qui lui est assignée comme l'expliquent Bonvalet et Lelièvre (2005). Un tiers d'entre eux se considère comme des touristes alors que la moitié ne savent pas vraiment comment se définir et se disent être une sorte de « *vacancier hybride* », ni tout à fait touriste ni vraiment résident. Aucun ne se sent totalement intégré au territoire et aucun n'envisage pour l'instant de s'installer de manière permanente sur le territoire. On retrouve ici le résident secondaire « enclavé » décrit par J.D. Urbain (2002). Il reste en famille dans sa maison.

Type 4 : Les détachés

Pour ce dernier profil, les répondants sont peu nombreux⁸ (11%) et difficiles à appréhender. Ces résidents ne passent que très peu de temps sur le territoire (ils ne viennent qu'une

⁸ Dans notre enquête du moins, mais ils sont aussi difficiles à rencontrer.

seule fois par an) et ne sont pas spécialement attachés à la commune ou même à leur logement. Ils évoquent le côté « pratique » de leur maison qui leur permet de passer des vacances agréables mais ils ne semblent pas avoir développé d'autre lien au lieu : ils ont choisi ce territoire, se sentent bien ici et y reviennent d'une année sur l'autre mais paraissent relativement « détaché » de ce lieu de vie temporaire qui semble investi par une pratique touristique liée à l'insularité : le détaché recherche dans la destination insulaire le dépaysement et la rupture, et l'isolement dans sa résidence secondaire.

Quatre dimensions du lien aux lieux

L'analyse des discours des entretiens révèle que les individus interrogés parlent de leurs liens à Lumiu en mobilisant quatre référentiels principaux qui renvoient aux dimensions des liens aux lieux explicitées dans la littérature (voir partie 1) : leur histoire de vie, l'espace géographique sur lequel ils évoluent, l'espace social duquel ils participent, leur sensibilité et leur intimité.

- *Leur histoire de vie* : ils déclinent leur parcours et le lien historique au territoire ; comment sont-ils arrivés là ? Ont-ils hérité ? Ont-ils acheté et à quel moment ? On retrouve ici les éléments qui constituent la trajectoire de la personne et les conditions de l'investissement dans le lieu (Guérin-Pace, 2006), investissement qui n'est pas que financier et qui renvoie au projet des ménages. Les liens peuvent aussi être familiaux (on est natif de ou originaire de...), historiques renvoyant à la fidélisation au territoire ou de villégiature.
- *L'espace géographique* : il s'agit des lieux physiques que l'on peut matérialiser comme la maison, le village, le quartier, la plage, etc. L'enquête révèle nettement les préférences des résidents secondaires pour le pavillon individuel, quelle que soit leur catégorie d'appartenance. Pour certains résidents secondaires, la vue sur la mer ou la possibilité d'avoir une vue « exceptionnelle » est constitutif de leur habitat (intérieurisation du dehors dans le dedans évoqué plus haut). Pour d'autres c'est le cachet de la maison qui comptera plus qu'autre chose. Enfin, les résidents secondaires identifiés se répartissent aussi par quartiers.
- *L'espace social* : il est formé par la famille, les amis, les voisins, les associations, les gens d'ici et ceux d'ailleurs et l'ensemble des liens sociaux y afférents. Certains types de résidents secondaires se déplacent avec leur espace social qu'ils n'étendent pas vers le territoire, d'autres tissent des liens avec l'espace social déjà en place sur le territoire.
- *Le sensible et l'intime* : plusieurs répondants évoquent « ma maison », « ma

famille», « mon chez-moi », leurs désirs, leurs craintes, etc. Pour Alain Debenedetti (2005, p.153) « *l'attachement au lieu est un lien affectif positif entre un individu et un lieu spécifique, ce dernier constituant pour l'individu une extension du soi. Se forgeant au travers d'interactions répétées au cours du temps entre l'individu et le lieu, l'attachement donne au lieu une valeur particulière, distincte de sa valeur utilitaire* ». Quel que soit le type de résident, nous considérons à l'instar de Nicole Mathieu qu'il y a « *un rapport sensible de chacun à tous les lieux marqués par sa présence physique ou qu'il rêve d'habiter pour raison de mémoire ou par désir* » (Mathieu, 2010, p.3).

En définitive, la nature et l'intensité du lien au lieu de chaque type de résident identifié ici dépend de « *l'extension du soi entre le dedans et le dehors* » (Mathieu et al., 2004). Ce degré d'extension du soi relève de la combinaison entre les quatre dimensions précédentes et va définir quatre types de territorialités. C'est bien des tensions qui existent entre ces quatre pôles (temporel, géographique, social, sensible) que découlent les territorialités des résidents secondaires (Di Méo, 2012) et qu'apparaît la nature complexe du rapport que chacune des catégories de résident entretient avec le territoire⁹.

	Histoires de vie	Espace géographique	Espace social	Sensible Intime
Les enracinés	Lien familial générationnel	Maisons de « vieilles pierres » Plutôt dans le village	Membres de la communauté	Attachement affectif au lieu
Les habitués	Antériorité fidélisation de la fréquentation Installation envisagée	Maison individuelle (en lotissement) Plutôt dans la marina	Intégrés à la communauté ; liens à l'espace social situé et élargissement de son espace social	Attachement affectif au lieu
Les enclavés	Lien de villégiature qui s'est transformé	Bâti +/- neuf individuel isolé offrant des aménités paysagères (Vue)	Importation (« extension ») de son espace social premier	Attachement affectif à l'habitat « <i>L'autre maison</i> »
Les détachés	Placement /investissement « rentable »	Pavillon individuel isolé offrant des aménités paysagères (Vue)	Limité à sa maison	

Figure 2 : Les quatre dimensions des liens aux lieux des profils de résidents secondaires de Lumiu

⁹ Notons qu'il est impossible à ce stade, d'établir un lien direct entre rapport au territoire et effets sur le territoire et nous nous garderons bien d'emprunter ce raccourci abusif.

Conclusion

L'analyse des récits de lieux de vie de résidents secondaires de la commune littorale de Lumiu (Corse) met bien en évidence qu'il n'y a pas un mais des résidents secondaires sur le territoire, qui se distinguent par leurs liens aux lieux, par leurs territorialités. Aussi, certaines catégories semblent plus « ancrées » que d'autres, sans préjuger de leurs effets en termes économiques ou d'aménagement sur le territoire :

- Ainsi l'enraciné apparaît comme étant l'archétype de l'habitant-étant dont il était question pour Radkowski (2002) ;
- L'habitué, lui est attaché au territoire plus que véritablement ancré ; chez les « habitués », on est proche d'une bi-résidentialité (Chevrier, Darris, 2010 ; 2014) qui ne peut être résumée à l'« extension du territoire premier » (Mathieu et al., 2004). Elle est la face émergée d'une double appartenance territoriale qui relève d'une territorialité très particulière ;
- Tandis que les enclavés sont attachés à leur maison comme nous l'avons dit précédemment : ils se caractérisent par une extension de leur « chez-soi », de leur « territoire premier » comme identifiée par Mathieu et al (2004) chez certains urbains possédant une résidence secondaire ;
- Enfin, les détachés résident temporairement sans habiter véritablement les lieux ; ils n'ont pas de passé commun avec le substrat géographique sur lequel ils sont actuellement implantés ; ces types de résidents secondaires semblent uniquement exister au temps présent. Pour autant, ils sont évidemment traçables en tant que consommateurs dans le circuit économique (location, achats, etc.) et ils ont eux aussi un impact sur le fonctionnement du système territorial, y compris d'un point de vue économique. Cependant, leur « détachement » pose véritablement la question de leur implication dans le devenir du territoire.

En effet, pour reprendre les termes de Berque, De Biase et Bonnin (2008), il existe bien une fonction créatrice de l'acte d'habiter, une « *poïétique de l'habiter* » qui n'est pas sans conséquence sur l'organisation et le devenir du territoire : les préférences et les comportements des résidents secondaires se répercutent aussi sur les formes d'urbanisation et les choix opérés en matière d'aménagement de l'espace ; ils influencent aussi indirectement le « vivre ensemble » à une échelle locale, ne fût-ce qu'en étant présent que quelques semaines par an. Autant de questionnements qu'il serait pertinent de creuser sur la base de cette première étude.

Bibliographie

BARAIS B. (1977) « Les résidences secondaires et l'espace rural français », in *Norois* N°95 ter, Géographie rurale, pp. 11-20.

BERQUE A., BONNIN PH., GHORRA-GOBAIN (2006) *La ville insoutenable*, Paris, Belin.

BERQUE A., DE BIASE A., BONNIN PH. (2008) *L'habiter dans sa poésie première*, Editions Donner Lieu.

BONNIN PH. (1999) *D'une maison à l'autre. Parcours et mobilités résidentielles*. GRANE. Créaphis.

BONVALET C., LELIÈVRE E. (2005) « Les lieux de la famille. » in *Espaces et société*, 2005/2 - n° 120-121 pp 99 – 122.

CARADEC V. (2010) « Les comportements résidentiels des retraités. Quelques enseignements du programme de recherche « Vieillesse de la population et habitat », *Espaces, Population et Société*, n°1, pp.29-40.

CHEVRIER S., DARRIS G. (2010), « Systèmes résidentiels des jeunes retraités et politique de l'habitat de territoires littoraux en Bretagne », Rapport *Changer de résidence ? Changer de pays ? Les comportements résidentiels des retraités*, in Actes du colloque PUCA, p 33-39

CHEVRIER S., DARRIS G. (2014), *Les résidents secondaires à l'âge de la retraite*, L'Harmattan, Paris, 152 p.

DAVEZIES L. (2008) *La République et ses territoires : La circulation invisible des richesses*, La République des Idées, Seuil, Paris.

DENEBETTI A. (2005) « Le concept d'attachement au lieu : état de l'art et voies de recherche dans le contexte du lieu de loisirs », *Management & Avenir* 3/ 2005 (n° 5), p. 151-160 URL : www.cairn.info/revue-management-et-avenir-2005-3-page-151.htm

DIAZ ORUETA F. (2012) Second homes, in *International Encyclopedia of housing and Home* sous la direction de SUSAN J. SMITH, pp. 237-242.

DUBOST F. (1995) « L'analyse du phénomène des résidences secondaires, des années soixante à aujourd'hui. » Convention d'Etude n° 93.42, Groupe de Prospective sur l'Avenir des Espaces Ruraux, DATAR.

DUBOST F. (1998) *L'autre maison. La résidence secondaire, refuge des générations*. Editions Autrement - Mutations n°178.

KESSLER G. ET TAFANI C. (dir.) *Le double marché foncier et immobilier en Corse*, Coll. Itinéraires géographiques, Paris, L'Harmattan

MATHIEU N. (2010) « *Le concept de mode d'habiter à l'épreuve du développement rural durable. Introduction* ». Intervention à l'Académie d'Agriculture de France, Séance du 20 Octobre.

MATHIER N., MOREL-BROCHET A., BLANC N., GAJEWSKI, GRÉSILLON L., HÉBERT F., HUCY W., RAYMOND R., (2004) « Habiter le dedans et le dehors : la maison ou l'Eden rêvé et recréé ». in *Strates* [En ligne], 11/2004, mis en ligne le 14 janvier 2005, URL : <http://strates.revues.org/430>

MAUPERTUIS M-A., SCARTABELLI G. ET JOUVE J. (2015) « Les résidences secondaires en Corse : une réalité complexe », in KESSLER G. ET TAFANI C. (dir.), *Le double marché foncier et immobilier en Corse*, Coll. Itinéraires géographiques, L'Harmattan, Paris, pp. 33-52

MEDDAD (2008), Les évolutions des territoires littoraux 1986 – 2006, Ministère de l'écologie du développement et de l'aménagement durables, Direction de l'Urbanisme de l'Habitat et de la Construction, Mai.

MORETTI J-L. (2010) « La problématique des résidences secondaires » 4ème Forum de Lumio.

PAPY F., MATHIEU N., FERAULT C. (2012) *Nouveaux rapports à la nature dans les campagnes*, Éditions QUAE.

PAPY F., MATHIEU N. (2012) « Affiner notre regard sur les rapports à la nature », in PAPY F., MATHIEU N., FERAULT C. (dir.) *Nouveaux rapports à la nature dans les campagnes*, Éditions QUAE, p. 187-190.

PRUNETTI D., PIERI X., MAUPERTUIS M-A., (2015) « Identification empirique d'un double marché résidentiel en Corse », in KESSLER G. ET TAFANI C. (dir.) *Le double marché foncier et immobilier en Corse*, Coll. Itinéraires géographiques, L'Harmattan, pp. 103-129

RADKOWSKI G.H. (2002) *Anthropologie de l'habitat*, PUF Paris.

STOCK M. (2004) « L'habiter comme pratique des lieux géographiques. » in *Espaces Temps.net* <http://www.espacestemp.net/articles/habiter-comme-pratique-des-lieux-geographiques/> .

TAFANI C. ET GIANNONI S. (2015) « L'origine des résidents : un facteur clivant sur le marché foncier agricole du littoral corse ? », in KESSLER G. ET TAFANI C. (dir.), *Le double marché foncier et immobilier en Corse*, Coll. Itinéraires géographiques, L'Harmattan, Paris, pp. 55-85.

URBAIN J-D (2002a) *Paradis verts. Désirs de campagne et passions résidentielles*. Payot, Paris

URBAIN J-D. (2002b) « Le résident secondaire, un touriste a part ? » in *Ethnologie française* 2002/3 - Vol. 32, pp 515 – 520.

Bali, à la convergence de flux touristiques domestiques et internationaux

Observer les touristes ; identifier les tourisms : entre transfert, diversification et innovation

Sylvine Pickel-Chevalier, Maître de conférences en géographie

UMR CNRS ESO, Université d'Angers

Philippe Violier, Professeur des Universités en géographie

UMR CNRS ESO, Université d'Angers

Asep Paranitka, Enseignant-chercheur en géographie

Sahid University, Institute of Tourism, Jakarta

Ni Putu Sari Sartika, Doctorante,

Udayana University, Departement of Tourism

Résumé

Bali est un haut-lieu touristique mondial, fréquentée par 4,9 millions de touristes internationaux et 8,6 millions de touristes indonésiens en 2016. L'île constitue donc un espace privilégié pour observer les touristes et s'interroger sur la diversité des pratiques. Elle permet de questionner les idées reçues quant à l'accusation de « banalisation » par le tourisme exacerbée dans le cadre de la mondialisation. Provoque-t-il des rapports au temps, à l'espace, mais aussi à l'Autre, uniformisés ? Ou observe-t-on au contraire, des singularités dans les pratiques, en fonction des profils sociologiques certes, mais aussi de l'origine géoculturelle des vacanciers, qu'ils soient domestiques ou internationaux ? Pour traiter cette question, nous focaliserons notre analyse sur les principales sociétés touristiques présentes à Bali, à savoir l'Indonésie, l'Australie, la Chine, mais aussi la France, seconde origine parmi les européennes, et les Etats-Unis, premier du continent américain. Nous étudierons, au-delà de l'étude statistique des flux domestiques et internationaux, les pratiques des vacanciers de façon plus fine en fonction de leur nationalité, au travers de l'étude de l'offre de tours opérateurs significatifs. Nous confronterons ces résultats à une étude de terrain, menée à l'échelle locale, sur deux hauts-lieux touristiques, d'apparence partagés, à savoir la plage de Kuta et la baie de Jimbaran. Notre approche combinera analyse du discours des guides touristiques, des observations menées entre juillet 2011 et août 2013, mais aussi l'exploitation d'une part d'une enquête quantitative menée auprès de 236 touristes indonésiens à Bali en 2012 et 2013 et d'autre part, d'entretiens qualitatifs menés en 2012 et 2014 auprès de 10 vacanciers chinois, 38 australiens, 15 français et 5 américains.

Mots-clefs

Tourisme, mondialisation, Bali, lieux, territorialisation, innovation.

Introduction

Entre la fin du XX^{ème} siècle et l'aube du XXI^{ème}, le tourisme se diffuse dans le monde à partir des sociétés émergentes, en contribuant ainsi à la Troisième Révolution touristique (MIT, 2011 ; Violier (dir), 2016). « L'alternance vacances-travail [qui] est devenue incontestablement la règle dominante de nos rapports au temps et à l'espace » (Viard, 1982) en Europe et en Amérique du Nord, concerne désormais aussi les pays émergents (Duhamel et Violier, 2009 ; Cabasset-Semedo, Peyvel, Sacareau et Taunay, 2010 ; Duhamel et Kadri, 2011). L'Indonésie s'inscrit dans ce contexte. Les pratiques touristiques importées par les colons hollandais à la fin du XIX^{ème} siècle (Parantika, 2015), essentiellement à Java depuis la capitale Jakarta, alors appelée Batavia (De Beauvoir, 1870), convergent plus particulièrement sur Bali, à partir des années 1920 (Picard, 1992 ; Hitchcock et Darma Putra, 2008) avec le concours du gouvernement néerlandais, aspirant à pacifier l'image de l'île jusqu'alors rebelle (Pickel-Chevalier et Violier, 2017), en la réinventant comme un « paradis » originel perdu (Vickers, 2012). Le tourisme international génère un intérêt grandissant auprès des décideurs indonésiens après l'Indépendance, et plus particulièrement de la part président Suharto sous l'Ordre Nouveau (Brown, 2011), qui y perçoit un vecteur de développement économique. Il soutient une politique de modernisation du pays, passant par une ouverture internationale qui nécessite une vitrine attrayante (Picard, 1992). Bali est instauré dans ce rôle au travers de vastes politiques d'aménagements touristiques, passant par l'inauguration en 1969 de l'aéroport international de Denpasar (Ngurah Rai) accessible aux avions à réaction (Cabasset, 2011), ainsi que la création de comptoirs (Équipe MIT, 2002) dirigée par la Société Centrale pour l'Équipement Touristique Outre-Mer (société française), avec le soutien des Nations-Unis et de la Banque Mondiale. Cette modernisation des équipements de l'île favorise une progression exponentielle de la fréquentation touristique internationale, qui passe de 6 000 en 1968 à 54 000 en 1973. La libéralisation du contrôle aérien qui affranchit Bali de Jakarta, renforce encore la tendance. Les flux progressent de 243 000 visiteurs en 1986, à 4,9 millions en 2016 (Bali Government Tourism Office, 2017¹).

Ces derniers émanaient essentiellement de l'Occident (Europe, Amérique du Nord et Australie). À l'aube du XXI^{ème} siècle, un nouveau contexte se fait jour, avec l'accès au tourisme des sociétés des pays émergents (Winter, 2007 ; Hitchcock, King and Parnwell (ed), 2008 ; Violier et Giffon, 2015). Elle s'illustre à Bali par l'irruption des sociétés de l'aire Asie-Pacifique (certes favorisée par la présence de l'Australie) qui bouscule l'hégémonie de l'aire euro-américaine (Pickel-Chevalier et Violier, 2017). En 2016, elle rassemble ainsi près de 3,3 millions de touristes, soit 76,8% des vacanciers étrangers de Bali, avec près de 1,2 millions Australiens, mais aussi 990 770 Chinois, 235 000 Japonais (relégués de la seconde à la troisième place en termes d'arrivées), 187 350 Indiens et 179 720 Malaisiens, pour les plus nombreux. Les Européens n'ont toutefois pas disparu. Ils attestent même d'un renouveau récent en constituant plus de 14,5% du tourisme international. La France est au second rang (et huitième international) avec 165 290 visiteurs, précédée de la Grande-Bretagne (221 520 visiteurs), et devant l'Allemagne (153 925) et de la Hollande (95 700) (Bali Government Tourism Office, 2017). Les Etats-Unis se situent quant à eux à la septième place (170 450) tandis que les Canadiens sont à la 16^e place (53 750).

¹ A Bali, qui est davantage une destination touristique qu'un centre économique, les chiffres officiels se rapprochent très certainement de la réalité des flux touristiques, mais ils ne permettent pas d'analyser la complexité des pratiques et de la fréquentation, au-delà de l'arrivée dans l'île. L'approche par l'étude des TO devrait permettre d'y pallier.

Bali est donc un haut-lieu touristique mondial, désormais partagé avec plus de 8,6 millions de touristes indonésiens en 2016 (Bali Tourism Statistic, 2017, <http://www.disparda.baliprov.go.id/en/Statistics2>), devenus prédominants grâce à une combinaison de processus. Le tourisme domestique a été favorisé par le pouvoir central depuis les années 1950, après la guerre d'Indépendance (1945-1949) dans un double objectif nationaliste (Cabasset, 2000) - renforcement du sentiment d'appartenance à une nation, par appropriation du passé commun qu'incarnerait Bali, héritière du Royaume de Majapahit - et économique (Hitchcock et Darma Putra, 2008 ; Pickel-Chevalier et Violier, 2017). Dans ce cadre, dès 1990 le tourisme domestique, représentant alors 686 000 arrivées à Bali, dépasse le tourisme international, qui s'élève alors à 490 000 visiteurs. Ce phénomène n'exprime néanmoins pas une totale diffusion sociale du tourisme dans l'archipel indonésien, dont les îles trahissent de fortes disparités. A Bali, 60 % des touristes indonésiens viennent de Java (Parantika, 2015). Les autres îles principales sont représentées mais de façon beaucoup plus ténues. Cette concentration est encore plus accentuée par le fait que les vacanciers viennent plus particulièrement de Jakarta, la capitale, de l'Ouest et du Centre de Java. Cette situation s'explique, certes, par une relative proximité kilométrique, mais aussi par le poids démographique de Java, rassemblant 55 % des Indonésiens (2017), et par la centralisation politique et économique de l'archipel. Enfin, culturellement, les touristes javanais sont aussi intéressés par Bali, promue depuis un siècle comme la gardienne des origines « indonésiennes », alors qu'elle est en réalité héritière du royaume javanais de Majapahit (Pickel-Chevalier et Violier, 2017).

L'île de Bali constitue donc un espace privilégié pour observer les touristes et s'interroger sur la diversité des pratiques. Dans ce contexte, elle permet aussi de questionner les idées reçues quant à l'accusation de « banalisation » par le tourisme (Urbain, 1993 ; MIT, 2002), exacerbée dans le cadre de la mondialisation. Provoque-t-il des rapports au temps, à l'espace, mais aussi à l'Autre, uniformisés jusqu'à fragiliser la diversité des cultures locales, comme l'affirment certains auteurs (Hanna, 1972 ; Michel, 1998 ; Paquot, 2014) ? Ou observe-t-on au contraire, comme d'autres chercheurs tendent à le démontrer, des singularités dans les pratiques, en fonction des profils sociologiques certes (Viard, 1982 ; Mo, Haward et Havitz, 1993 ; Knafo et Violier (dir), 2000 ; MIT, 2011), mais aussi de l'origine géoculturelle des vacanciers, qu'ils soient domestiques ou internationaux (Duhamel et Violier, 2009 ; Decroly (dir), 2015 ; Duhamel, Talandier et Toulhier (dir), 2015) ?

Pour traiter cette question, nous focaliserons notre analyse sur les principales sociétés touristiques présentes à Bali, à savoir l'Indonésie, l'Australie, la Chine, mais aussi la France, seconde origine parmi les européennes, et les Etats-Unis, premier du continent américain. Notre méthodologie, reposant sur une approche hypothético-déductive, croise les méthodes quantitatives et qualitatives. Nous étudierons, au-delà de l'étude statistiques des flux domestiques et internationaux, les pratiques des vacanciers de façon plus fine en fonction de leur nationalité, au travers de l'étude de l'offre des tours opérateurs significatifs, méthode qui permet de contourner d'une part, le carcan d'une définition trop globale du « tourisme » imposé par l'OMT et, d'autre part, l'imposition des trames territoriales étatiques (Violier, 2011) Enfin, nous confronterons ces résultats à une étude de terrain, menée à l'échelle locale, sur deux hauts-lieux touristiques, d'apparence partagés, à savoir la plage de Kuta et la baie de Jimbaran. Notre approche combinera analyse du discours des guides touristiques, des observations menées entre juillet 2011 et août 2013, mais aussi l'exploitation d'une part d'une enquête quantitative menée auprès de 236 touristes indonésiens à Bali en 2012 et 2013 (Parantika, 2015), et d'autre part, d'entretiens qualitatifs menés en 2012 et 2014 auprès de 10 vacanciers chinois, 38 australiens, 15 français et 5 américains, avec le concours de Ayu Arun Suwi Arianty et Komang Ratith Tunjungsari, de l'Ecole supérieure du tourisme balinaise Pariwisata Bali International.

Les pratiques touristiques à échelle régionale: une île partagée ou territorialisée en fonction de l'origine des vacanciers ?

Au-delà de la convergence des flux, les touristes fréquentent-ils les mêmes sites à Bali ? Afin d'y répondre, nous proposons une analyse à partir de l'offre des catalogues des tour-opérateurs qui nous permet d'adopter d'emblée une approche mieux cernée du tourisme (Violier, 2011). En effet, l'approche classique du tourisme international reste fondée sur les relations entre les États et sur les franchissements de frontière. Il est ainsi produit des cartes selon le maillage des États (Cazes, 1992 ; Dewailly et Flament, 1993 ; Violier, 2000), tandis que les données à l'échelle des lieux sont très fragmentaires. La méthode a été analysée de manière approfondie (Violier, 2011), elle n'est pas sans biais, mais ils sont d'autant plus contrôlés que l'altérité est forte. Ces éléments sont confirmés par les entretiens menés auprès de vacanciers à Bali : 13 sur 15 des touristes français interrogés ont utilisé un tour opérateur. L'altérité explique en grande partie ce choix, confirmé par le fait que 14 venaient pour la première fois. De même, 8 des 10 chinois interrogés sont aussi passés par un intermédiaire (7 venaient pour la première fois). En ce qui concerne les Indonésiens, 40% ont utilisé un Tour Opérateur pour venir à Bali, alors qu'ils en utilisent moins volontiers (26%) pour visiter Yogyakarta (Parantika, 2015), en Java orientale². Les pratiques culturelles sont aussi à prendre en considération. Ainsi, si les Indonésiens utilisent volontiers un TO même dans le contexte d'un inconnu limité (68% des touristes interrogés étaient déjà venu à Bali), les touristes américains et australiens sont plus indépendants dans l'organisation de leur voyage. 4 des 5 américains interrogés ne sont pas passés par un TO alors qu'ils venaient tous pour la première fois à Bali. De façon caractéristique, 27 des 38 touristes australiens sont venus aussi de façon indépendante. 24 d'entre eux étaient déjà venus à Bali et parmi eux 13 plus de 3 fois. Bali ne représente donc plus une forte altérité pour la majorité des touristes australiens qui la fréquentent régulièrement. L'utilisation d'un TO va donc relever d'autres schèmes, tels que la recherche d'une visite différente, se démarquant des hauts-lieux traditionnellement fréquentés par les Australiens, au Sud de l'île.

Fort de ces connaissances, nous avons sélectionné des tours opérateurs en raison de leur représentativité, par le nombre de touristes qu'ils déplacent en Asie. Il s'agit :

- De trois tours opérateurs français : Club Méditerranée ; Asia ; Kuoni France ;
- De trois tours opérateurs chinois : CITS, CIT, GZL ;
- D'un tour opérateur américain : Goway ;
- D'un tour opérateur australien : Intrepid ;
- De quatre tours opérateurs indonésiens : Pacto ; Wap Tour Indonesia ; Adventure Indonesia et Bali Contour.

Nous avons privilégié le nombre de prestations offertes par rapport au nombre de TO. C'est pourquoi nous n'avons qu'un TO américain et un TO australien, car ils offrent à eux seuls approximativement autant de circuits ou séjours sur Bali, que les 3 TO français, les 3 TO chinois ou les 4 TO indonésiens. Les résultats obtenus sont cartographiés (figure 1).

² Yogyakarta est la seconde plus grande destination touristique d'Indonésie en nombre de fréquentation.

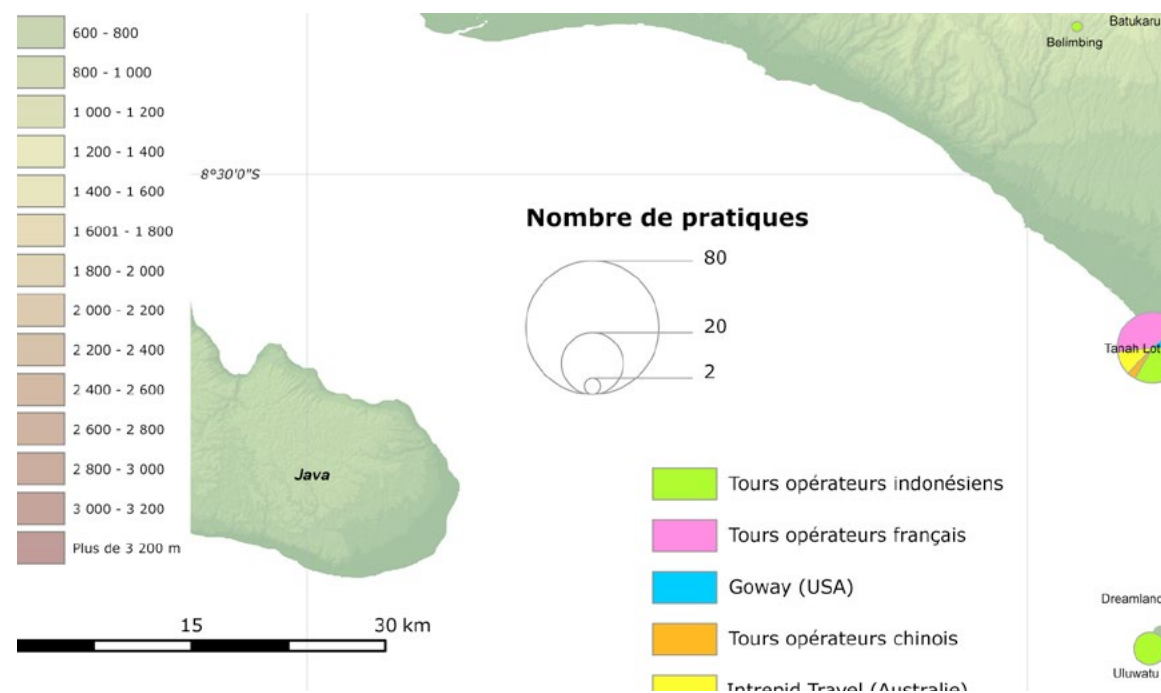


Figure 1 : Carte comparative des sites proposés par les tours opérateurs internationaux en fonction de leur nationalité

(Source : ESO-Angers, Université d'Angers-CNRS, 2015)

Cette analyse comparative permet de conclure à une double tendance. La première est celle du partage des hauts-lieux touristiques tendant à une valeur emblématique de l'île, soit les grandes plages de sable blanc du Sud, mises en tourisme depuis 1970 pour accueillir les touristes occidentaux (Kuta, Nusa Dua, Bena, Sanur, Jimbaran, Seminyak) ; mais aussi les hauts-lieux culturels. Parmi eux se distinguent les plus célèbres temples, portés en effigies en raison de leur situation géographique particulière -sommet d'une falaise (Tanah Lot, Uluwatu) ; bordure lac de montagne (Bedugul/Bratan)-, ainsi que la ville d'Ubud. Promue comme la capitale artistique balinaise pour accueillir de nombreux peintres, sculpteurs et orfèvres, elle constitue un haut lieu du shopping d'objets artisanaux et œuvres traditionnelles. La popularité du village a aussi été accrue par le film américain *Eat, Pray and Love*, avec Julia Roberts (2006), qui s'y déroule.

Toutefois, au-delà de ces hauts-lieux qui « font » Bali dans un imaginaire collectif commun, le partage de l'île est largement à nuancer. Sa fréquentation s'avère très différenciée en fonction des nationalités, depuis les modèles concentrés aux plus diffus. Ainsi, l'offre des tours opérateurs chinois se concentrent essentiellement sur ces hauts-lieux au Sud de l'île (plages occidentales, temples très célèbres) et au centre (Ubud). Certes, cela n'empêche pas des touristes chinois de visiter occasionnellement d'autres sites et notamment la plage de Lovina au Nord, dans le cadre d'excursions proposées à la demi-journée³, mais le cœur de l'offre des TO privilégie les plages et les sites à la mode (Kuta, Tanah Lot), les activités nautiques (Bena), et les lieux de shopping

³ La grande attraction de Lovina est de prendre le bateau à 5h du matin pour observer les dauphins qui longent les côtes au levé du soleil.

(Kuta et Ubud). L'offre américaine tend aussi à la concentration au Sud et au centre (Ubud), mais intègre secondairement des excursions dans les temples des montagnes du Nord - Nord Est. L'offre australienne se caractérise par un schéma inversé, en se distinguant des plages très fréquentées par les Australiens au Sud (Kuta, Nusa Dua) pour proposer la plage plus relativement plus calme de Sanur (traditionnellement plus fréquentée par les Européens) et les sites culturels, tels que l'incontournable Ubud, mais aussi des temples du Nord et de l'Est. Le TO propose donc bien une diversification à ses clientèles pour remettre de l'altérité justifiant son intermédiaire, au sein d'une île très investie par les Australiens.

Les offres indonésiennes et françaises attestent, pour leur part, de modèles très diffusés (63 offres indonésiennes, 70 françaises), assez proches. Si elles intègrent les plages à la mode du Sud, elles ne constituent qu'une étape, dans un séjour organisé autour de la découverte de sites culturels et naturels disséminés sur toute l'île. Ce modèle de pratiques touristiques transparait aussi des guides touristiques papiers et internet français, adressés aux vacanciers indépendants, tels que le *Guide Routard* ou le *Petit Futé*. Ils recommandent de fréquenter les plages du Sud le jour de son arrivée et le jour de son départ, mais structurent le reste du séjour à travers de périples au sein de l'île, pour en découvrir les singularités culturelles (temples, villages traditionnels, palais) et naturels (rizières, lacs de montagne, sources chaudes, rivières, chutes). En dépit de cette diffusion, TO français et indonésiens évincent très largement l'ouest. Cette situation émane de sa relative exotisme par rapport aux centres politiques, historiques et culturels de l'île, qui minimisent ses centres d'intérêt. Si certaines qualités environnementales attirent des visiteurs (sites de plongée sur la côte nord-ouest ; parc naturel national Barat Bali), leurs difficultés d'accessibilité –plusieurs heures de voyages sur des routes de mauvaises qualités en montagne, de plus encombrées par d'une dense circulation de camions– refreinent leur inscription dans les packages proposés par les agences. Si Bali constitue une destination majeure, sa mise en tourisme en tourisme est donc loin d'être homogène. Elle privilégie certes le Sud au Nord, mais avantage aussi très largement l'Est à l'Ouest.

La différenciation de pratiques entre nationalité relèvent donc d'une combinaison de facteurs géographiques (la distance du pays émetteur influençant la durée du séjour s'étalant entre 4 jours en moyenne pour TO Chinois et jusqu'à 15 jours pour TO Français) ; historiques (accès au tourisme plus ou moins récent) ; économiques (prix des infrastructures touristiques et des services) ; et socio-culturels (rapports aux activités ludico-sportives, à l'héliotropisme, à la culture, au patrimoine mais aussi au confort) qui créent des tourisms différenciés. Il est toutefois intéressant d'observer certaines corrélations inattendues, comme des centres d'intérêt communs entre touristes français et domestiques qui fréquentent en majorité les mêmes sites, intégrant les plages comme des étapes au sein de voyages plutôt structurés autour d'une diversité de sites culturels et naturels. « Faire » Bali signifie pour ces deux populations, revenir avec une palette d'images différentes de l'île, même sur des séjours de 5 jours, alors que les vacanciers chinois, américains et dans une moindre mesure australiens, se contentent des lieux les plus emblématiques⁴.

Ce second niveau d'analyse infirme donc l'hypothèse d'un tourisme universel à Bali, et tend à démontrer au contraire l'existence d'une pluralité de tourisms. Or cette diversité s'exprime aussi à l'échelle fine du lieu. En effet, même au sein des sites mondialisés du tourisme à Bali, se font jour des différences de pratiques et de représentations conduisant à des territorialisations différenciées...

⁴ La diffusion du modèle indonésien résulte aussi de contraintes économiques : les prix élevés des structures et activités touristiques du Sud de Bali, destinées essentiellement à des touristes internationaux, ne permettent pas à la majorité des touristes indonésiens d'y séjourner. Ils n'y sont donc que de passage.

Des hauts-lieux universels ? Etude de cas de la plage de Kuta et de la baie de Jimbaran

Dans le cadre de ce dernier niveau d'analyse, nous avons étudiés la plage de Kuta et la baie de Jimbaran. Ils constituent des sites incontournables et très fréquentés, en raison de centres d'intérêt culturels, environnementaux et géographiques (proximité de l'aéroport).

Kuta, haut-lieu partagé pour des intentions différenciées

La plage de Kuta est un haut-lieu touristique de l'île, jusqu'à en devenir un emblème. Son succès émane, surtout auprès des jeunes, de l'association de qualités paysagères (longue plage de sable blanc orientée plein ouest, bordée par une mer relativement forte, propice aux amateurs de surf sans requérir de grande technicité) et de la concentration d'équipements. En effet, le site rassemble, dans les rues parallèles à la grève, le plus grand nombre de magasins proposant des produits locaux, mais surtout internationaux, ainsi qu'une forte agrégation de restaurants, bars et boîtes de nuits. Kuta constitue donc un lieu très dynamique, de jour comme de nuit, promu comme l'épicentre de l'ambiance balnéaire festive de l'île. Cette lecture du site transparait dans les guides touristiques français, australiens et américains. A titre d'exemple, Le Petit Futé (2010-2011) décrit le site en ces termes (p.101) :

« La situation de Kuta en fait la plus grande station balnéaire de Bali, mais plus encore, Kuta est le site qui attire le plus grand nombre de touristes dans toute l'Indonésie ! Il est vrai qu'elle bénéficie de deux arguments de taille : la longueur de sa plage de sable blond et sa proximité de l'aéroport. [...] La fête bat toujours son plein dans les bars de Kuta. Les vacanciers du monde entier viennent y apprendre les rudiments du surf, y faire du shopping dans ses nombreux magasins de mode, puis la fête jusqu'au petit matin après avoir admiré son fameux coucher de soleil à l'heure de l'apéro. [Elle attire] surtout des jeunes de 18 à 25 ans, en majorité australiens [...] »

Le lieu est aussi très fréquenté par les touristes chinois (seconde destination la plus vendue par les tours opérateurs étudiés) et indonésiens. Les guides touristiques domestiques témoignent de la popularité de la plage de Kuta dans l'archipel, à l'instar du magazine très diffusé Wisata, qui la valorise souvent en première de couverture. Ils promeuvent le site comme un lieu incontournable, en préférant toutefois valoriser l'attrait de la vue sur la plage et les activités sportives, que la participation à la « fête » trop onéreuse et pas entièrement culturellement appropriée par les vacanciers indonésiens. Ainsi, peut-on lire dans le guide touristique national Informasi Pariwisata Nusantara de 2010 (p.234) :

« This beach is wide, it has white sand, it has its own distinctive attraction for the tourists, and thus, there is a sentence, such as "Coming to Bali without visiting Kuta, is not complete". In the evening, when the sun starts to set, Kuta gives beautiful and romantic view, while enjoying the gentle breezes of the wind. Kuta is also a nice place for doing sport. »

L'analyse menée par Asep Parantika (2015) confirme cette popularité auprès des touristes domestiques (100% d'entre eux affirment être allés ou pensent aller sur la plage de Kuta). Kuta est donc un lieu du monde. Pourtant, cette cohabitation ne signifie pas nécessairement une

homogénéité des pratiques et des représentations. En effet, nos observations de terrain, combinées à nos entretiens, nous permettent de conclure au contraire à une pluralité des activités sur cette plage. Les touristes occidentaux et plus particulièrement australiens viennent y chercher, de façon caractéristique (MIT, 2005), l'association des 3 S (Sea, Sand and Sun), renforcée par l'attrait du surf, mais aussi la proximité des services de commerce et de restaurations. L'intérêt pour Kuta réside donc pour eux dans l'ambiance festive qui résulte de sa forte fréquentation et de ses animations. Elle est perçue comme « a tropical place where you can relax during the day and have fun at night until the early hours » (<http://www.bali-travel-life.com/bali-kuta-beach.html>), comme en témoignent les nombreux sites et blogs français, australiens et américains qui la décrivent.

Or, cette codification de la plage de Kuta ne répond pas exactement aux intentions des touristes chinois et domestiques. L'intérêt pour la plage est récent pour ces deux nationalités (Duhamel et Violier, 2009 ; Cabasset-Semedo, Peyvel, Sacareau et Taunay, 2010 ; Parantika, 2015 ; Pickel-Chevalier et Parantika, 2015) et il émane davantage d'un lieu de représentations et de socialisations, où l'on vient voir et être vu, qui ne conduit pas aux mêmes pratiques. Le bain est moins prisé que la position debout ou assise sur le sable, pour observer la mer mais aussi les plagistes. Ce phénomène s'exprime aussi dans nos entretiens auprès des touristes chinois. Seulement deux sur dix fréquentent la plage pour se faire bronzer (ce qui atteste d'un phénomène timide mais néanmoins existant) quand six d'entre eux affirment venir pour profiter du soleil couchant et/ou pratiquer des activités sportives. A Kuta, ils ne s'installent pas. Ils ne font que des passages furtifs sur la plage, essentiellement pour s'y prendre en photo, en raison du caractère symbolique du lieu.



Figure 2 : Les pratiques différenciées sur la plage de Kuta, distinguant entre touristes domestiques et touristes occidentaux.

(Source : Sylvine Pickel-Chevalier, 2010)

Les touristes indonésiens attestent, quant à eux, de pratiques quelque peu différentes. Plus encore que les Chinois, ils fuient le bronzage. Pour eux, l'intérêt de Kuta émane de son panorama (57% d'entre eux – Parantika, 2015), caractérisé par une vaste plage blonde bordée par l'océan, où s'étendent de très nombreux jeunes touristes blancs, qui lui confère un grand prestige. Ils adoptent donc la posture du spectateur plus que de l'acteur, en demeurant en sommet de côté à l'ombre des arbres (figure 2). À défaut de se baigner ou de mettre en œuvre des activités, ils viennent avant tout contempler les insolites étrangers qui exposent leur corps en grande partie dénudé sur le sable, comme il en est l'usage en Occident depuis l'entre-deux-guerres (MIT, 2005 ; Pickel-Chevalier, 2014). Loin de les choquer, ces pratiques les étonnent et les amusent, comme une attraction en elle-même (Parantika, 2015). Certains garçons ne cachent pas venir admirer les jeunes filles ainsi dévoilées, qui correspondent à certains critères de beauté dans la société indonésienne (peau claire et nez long caractérisant les Occidentaux dans la conscience collective).

Les touristes indonésiens s'aventurent aussi sur la grève, mais de façon furtive, pour s'y prendre en photo. L'excitation est à son comble lorsqu'ils parviennent à se faire immortaliser avec des « Bulés »⁵, car ils ramèneront la photo chez eux comme un trophée, une preuve de leur présence sur la célèbre plage au milieu des vacanciers blancs. Cette volonté de fréquenter un haut-lieu touristique occidental peut même aller jusqu'à un espoir de séduction, de la part des jeunes hommes auprès des touristes blanches, mais aussi des Indonésiennes, comme en témoigne le livre populaire écrit par Erlinawati en 2007 intitulé : *How to catch Mr. Bulé* (p.24) :

« You can see them along Kuta Street because the street is the place where they hang out. There are a lot of bars and hotels providing European food, broadcasting live sports event from Australia, and providing English magazines. Bali, especially Kuta, has changed into Western country version ».

Ces différentes intentions et usages conduisent à des territorialisations différenciées en fonction des aires de provenance des vacanciers, qui distinguent : touristes occidentaux (australiens surtout), en situation d'acteurs sur la plage (activité de bronzage, jeux de plage, bains) ; touristes domestiques, en situation de spectateurs, privilégiant la position assise en sommet de côte pour observer (figure 3) et touristes chinois traversant le lieu. Si Kuta est un site touristique mondial, il n'est donc pas universel (Taunay et Violier, 2015), mais au contraire un lieu où des sociétés différentes se côtoient et mettent en œuvre des pratiques singulières.

5 Personne blanche

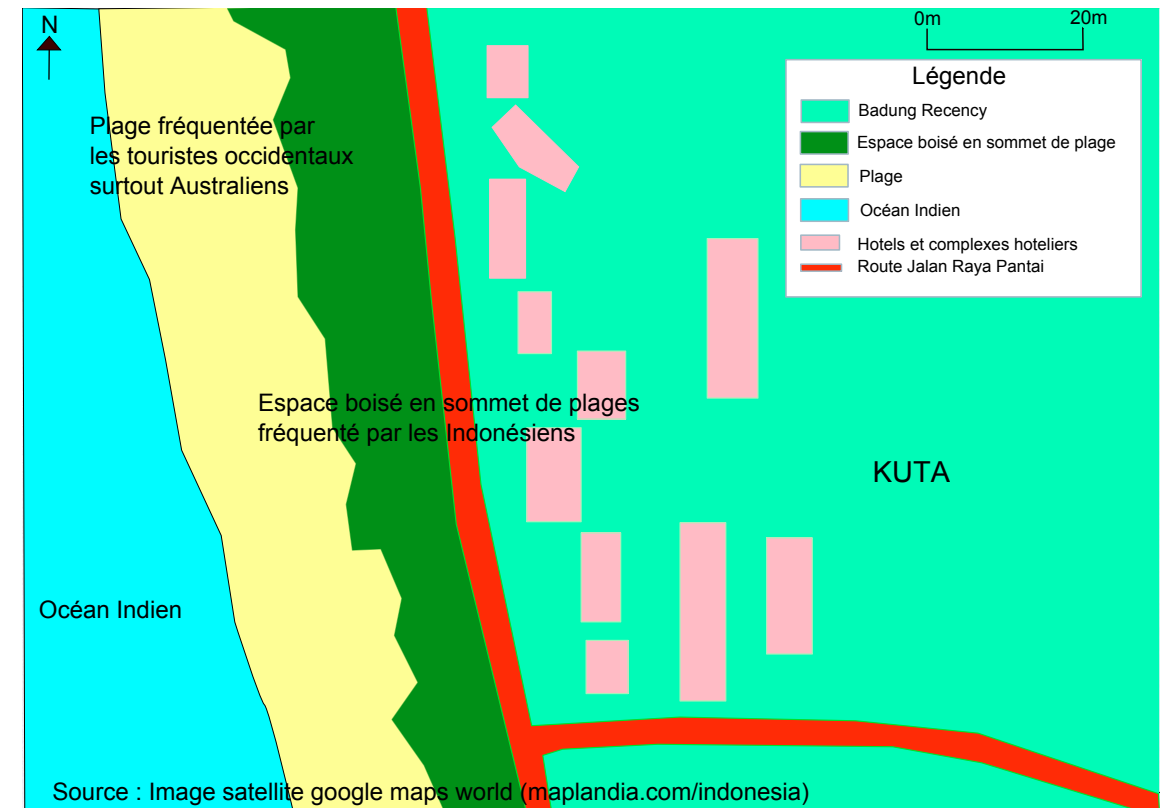


Figure 3 : Croquis de la spatialisation des pratiques touristiques différenciées à Kuta Beach.

(Source : S. Pickel-Chevalier 2012).

Jimbaran, entre diner féérique et pratiques balnéaires : une attractivité collective pour des usages pluriels

La baie de Jimbaran constitue un autre haut-lieu touristique de l'île, vers lequel affluent des touristes de nombreuses nationalités. Le site bénéficie de sa proximité avec l'aéroport, de l'exposition plein ouest de sa plage de sable blanc dans une baie abritée des fortes vagues, mais aussi de son occupation par une communauté de pêcheurs qui a orchestré sa mise en tourisme. Consciente de la popularité du lieu, plus particulièrement au coucher du soleil, la communauté a favorisé la construction sur la plage d'une cinquantaine de restaurants de poissons et de fruits de mer grillés sur des feux de noix de coco, qui se juxtaposent face à la mer. Le site est donc devenu emblématique de Bali, pour permettre des diners féériques, où les touristes choisissent les poissons et fruits de mer vivants exposés à l'entrée (côté terre) des restaurants, avant de pouvoir les manger grillés en profitant de la lumière du soleil couchant sur la baie frangée de collines au Sud. L'omniprésence des bateaux de pêche traditionnels en bois multicolores et équipés de hautes proues, qui jalonnent la plage ou sont amarés dans la baie, contribue à l'attrait du lieu. Cette popularité transparaît dans les guides touristiques, tel que le Petit Futé (2010, p.126-125) :

« Jimbaran est aussi resté ce qu'il était à l'origine ; un port de pêche où, au coucher du soleil, les prahu (bateaux) des pêcheurs se profilent à l'horizon. [...] Le soir, une clientèle abondante afflue sur sa plage pour déguster en toute simplicité les meilleurs poissons et fruits de mer grillés au feu de bois de coco de toute l'île. Des milliers de petites chandelles illuminent alors la plage couverte de centaines de petites tables... Une expérience inoubliable. »

Cette caractérisation du site se retrouve dans l'ensemble des guides étudiés, qu'ils soient australiens (comme LonelyPlanet), anglais (Insight Guides), ou encore indonésiens. Ainsi le guide national Informasi Pariwisata Nusantara (2010), véhicule une symbolique tout à fait comparable du lieu (p.236-237):

*« This natural beautiful beach is located on Bali's south western coast, only few minutes from Ngurah Rai International airport [...]. There are cafes and dining places along the beach which provides many seafood menu, especially grilled fish with its special aroma and taste which stimulate the appetite. »*⁶

Ainsi, si les Occidentaux - notamment australiens, français, américains, mais aussi anglais, allemand et hollandais pour les plus nombreux d'entre eux - affluent sur la baie de Jimbaran, cette dernière est aussi très fréquentée par les vacanciers asiatiques, et plus particulièrement chinois, japonais et indonésiens, ainsi que par des Balinais. Néanmoins, au-delà de cette notoriété collective qui en ferait un lieu du monde universel, la pratique du site atteste de notables différenciations en fonction des origines des touristes. Contrairement à la plage de Kuta où les pratiques touristiques occidentales se distinguent de celles des asiatiques, dans la baie de Jimbaran les pratiques opposent davantage tous les touristes internationaux aux Indonésiens qu'ils soient touristes ou Balinais, fréquentant la plage en fin de journée. En effet, ces derniers informés de la popularité mondiale du site s'y pressent. Toutefois, ils ne peuvent pour la plupart d'entre eux accéder à son centre d'intérêt majeur : diner dans les restaurants dressés sur la grève. Et ce, en raison de prix onéreux fixés pour la clientèle internationale, peu accessibles pour les classes moyennes indonésiennes qui constituent la majorité des vacanciers indonésiens (Parantika, 2015).

Ce décalage entre des activités qui font l'aurat de Bali même auprès des touristes domestiques et la réalité de leur capacité à les pratiquer pour des raisons économiques, caractérisent de nombreux sites à Bali, mais est particulièrement visible à Jimbaran, qui constitue une destination haut de gamme. Contrairement à Kuta, où l'on trouve de l'hébergement et de la restauration, des premiers prix jusqu'à la gamme moyenne et moyenne supérieure, Jimbaran accueille parmi les plus luxueux complexes hôteliers de l'île (notamment le Jimbaran Four Seasons Resort, le Jimbaran Jamahal Private Resort and Spa et le Jimbaran Ritz Carlton Resort and Spa, à plus de 300 dollars la nuit). La baie est donc prestigieuse. Elle attire les touristes domestiques et les Balinais, mais ces derniers se tiennent le plus souvent à l'écart des restaurants de plage. Ils s'installent plus au sud, sur une portion de l'estran délaissée par les restaurateurs, où ils se promènent ou s'assoient pour contempler le soleil couchant (figure 4).

C'est aussi une plage qu'ils privilégient pour se baigner. En effet, la mondialisation du tourisme a généré une évolution en Indonésie du rapport à l'océan, naguère redouté pour être considéré comme un territoire des démons. Il suscite traditionnellement une crainte mêlée de respect dévolue au surnaturel capable de purifier l'humanité, dans le contexte d'une religion hindoue où les forces destructrices se combinent en permanence aux forces constructrices (Eiseman, 1990 ; Budarma Ketut et Pickel-Chevalier, 2016). Si cette lecture complexe de la mer s'illustre particulièrement au sein de la société balinaise, elle s'exprime au sein des grandes îles indonésiennes, et notamment de Java, en raison d'un terreau culturel hindou-bouddhiste commun, antérieur à l'islamisation des XVe et XVIe siècles (Brown, 2003).

Néanmoins, l'appropriation du tourisme par les populations indonésiennes génère une révolution de la relation à l'océan, réinventé comme espace de jeux (Pickel-Chevalier et Parantika, 2015). Ainsi, près de 60% des touristes indonésiens interrogés à Bali affirment se baigner, et la majorité

6 Traduit de la langue indonésienne.

des Balinais prennent désormais régulièrement des bains de mer. Toutefois, leurs pratiques relèvent plus, pour la plupart d'entre eux, d'une « prise des eaux » que de natation, par immersion en position debout voire assise. Des pratiques qui ne sont pas sans rappeler les usages des premiers touristes du XIXe siècle, s'essayant aux joies nouvelles des bains de mer sur les stations européennes (Pickel-Chevalier, 2014). Les vacanciers internationaux ne se mêlent, quant à eux, guère aux Indonésiens, pour des raisons essentiellement pragmatiques : ils sont venus pour diner et l'heure n'est donc plus au bain...



Figure 4 : La baie de Jimbaran, marquée par une spatialisation différenciée des activités gastronomiques dominées par le tourisme international et des activités balnéaires (touristes domestiques et loisirs balinais) plus au Sud.

(Source : S.Pickel-Chevalier, 2013).

Les auteurs observent, par ailleurs, que les vacanciers indonésiens comme les Balinais ne se montrent que très rarement sur la grève en maillot de bains, alors qu'ils en portent majoritairement (à 62%) en piscine (Parantika, 2015). Ce phénomène s'explique par la connotation associée aux plages qui constituent des hauts-lieux de représentation sociale, contrairement aux piscines destinées à nager, plutôt dans un objectif d'entretien de soi (Pickel-Chevalier et Parantika, 2015). Ils s'affichent donc sur la plage et dans l'eau en shorts et tee-shirts pour les plus déshabillés, jusqu'aux tenues les couvrant entièrement, comme des robes longues robes. Ce refus de l'exposition corporelle relève d'une combinaison de facteurs socio-culturelles, telle que la religion pour les populations musulmanes, mais plus globalement d'une pudeur qui demeure de rigueur au sein de la société indonésienne. Ce phénomène est de plus renforcé par la crainte de la peau hâlée, qui renvoie à la pauvreté dans la conscience collective indonésienne (Pickel-Chevalier et Parantika, 2015).

On comprend donc pourquoi Jimbaran est un lieu privilégié par les touristes indonésiens et les Balinais à l'heure où ils s'adonnent plus volontiers aux bains, à savoir aux heures les moins chaudes en fin de journées (Parantika, 2015). Elle constitue une baie attractive en raison de sa popularité internationale et offre des eaux relativement calmes plus faciles à « apprivoiser » pour

cette nouvelle population de touristes et de loisirs. Cependant la pratique des sports nautiques, et notamment le surf très populaire à Bali, induit progressivement des immersions plus fortes et des tenues plus dénudées. Les enfants jouent avec moins d'appréhension dans les faibles vagues du rivage, laissant à penser que les prochaines générations nageront plus aisément en mer, d'autant que l'apprentissage de la natation s'est désormais répandue dans les écoles des grandes agglomérations indonésiennes. Cette intégration dans les programmes scolaires témoigne de la prise de conscience politique des vacances à la mer comme nouveau phénomène de société indonésien, nécessitant la maîtrise de la natation pour ne pas se noyer.

Jimbaran constitue donc un lieu du tourisme mondial, mais comme Kuta, il n'est pas universel. Il s'organise au contraire en fonction de spatialisations marquées, distinguant les touristes internationaux qui se concentrent dans les restaurants, et Indonésiens (touristes et Balinais) se regroupant plus au Sud, dans les espaces laissés vacants. Cette différenciation résulte d'une association de facteurs économiques –prix au sein d'une destination haut de gamme- mais aussi socioculturels –prestige d'un lieu international - et environnementaux –plage orientée plein ouest permettant de profiter du soleil couchant ; baie protégée favorisant les bains des populations indonésiennes sachant encore peu ou mal nager. Ainsi, si les touristes d'horizons variés partagent, à l'échelle du lieu, la baie de Jimbaran, c'est au travers d'une territorialisation bien différenciée... (figure 5)⁷.

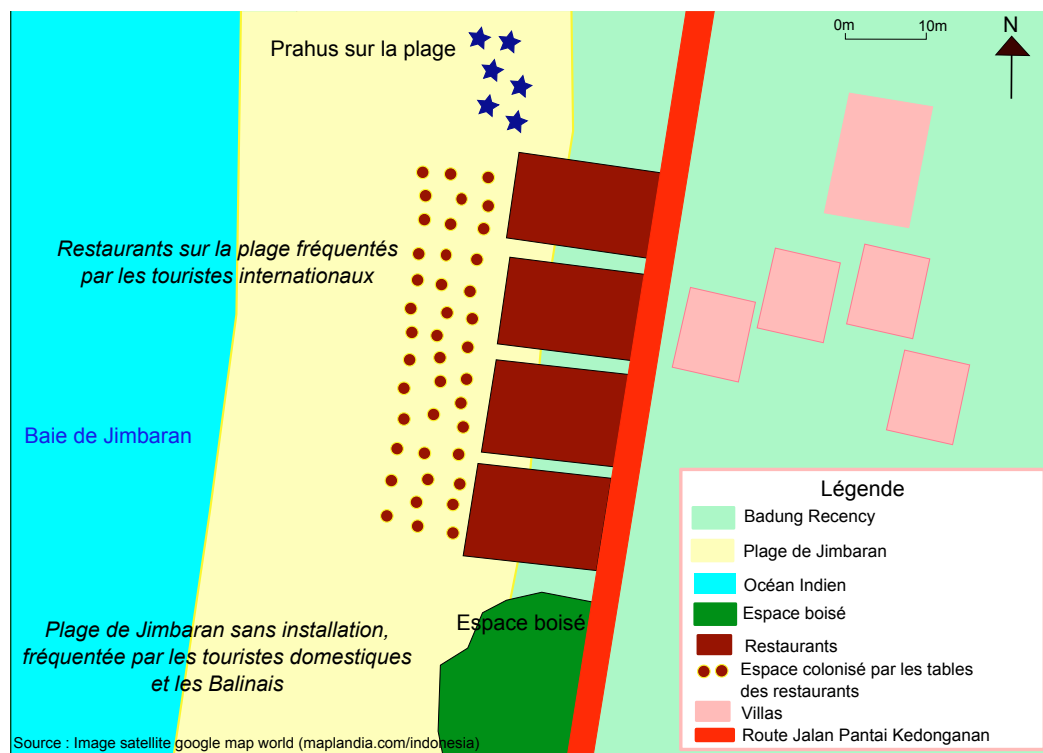


Figure 5 : Territorialisation des pratiques touristiques à Jimbaran.

(Source : S.Pickel-Chevalier 2012).

7 Cependant, le lieu poursuit son évolution, alors que les restaurateurs locaux, prenant conscience de la demande des touristes domestiques, développent de nouvelles offres, plus au Sud de la baie, de restaurants à des prix plus abordables pour les Indonésiens.

Conclusion

Bali constitue un espace privilégié pour interpellier la mondialisation du tourisme en tant que vecteur d'homogénéisation des pratiques ou au contraire de différenciation, témoignant de résistances et innovations culturelles par syncrétisme. Elle constitue en effet un haut-lieu du tourisme mondial. Toutefois, au-delà de ce partage global à l'échelle de la province, l'analyse de l'offre des tours opérateurs français, australiens, chinois, américains et indonésiens permet un premier niveau de nuancer. Si les touristes viennent tous à Bali, ce n'est pas pour fréquenter exactement les mêmes sites. Certes, certains constituent des hauts-lieux emblématiques, que l'on ne peut manquer, sous peine de ne pas faire une visite considérée comme « complète » de l'île, parmi lesquelles des plages en vogue, des temples symboliques, ou la capitale culturelle d'Ubud. Mais au-delà de ces lieux consensuels, la visite de Bali témoigne de modèles de fréquentation singularisés, depuis les concentrations les plus élevées (Chine, USA), jusqu'aux dispersions les plus fortes (Indonésie, France;).

Ces différentes pratiques engendrent une territorialisation de l'île, fruit d'une combinaison de critères historiques (accès à la société du tourisme et des loisirs), socioculturels (rapport aux activités ludico-sportives, rapport au corps et à l'autre, intérêt pour la culture et le patrimoine, sensibilité au confort) mais aussi économiques (prix des destinations, des services, des commerces), qui s'expriment à l'échelle de l'île, mais aussi des hauts-lieux partagés.

La plage de Kuta et la baie de Jimbaran en attestent. S'ils sont des hauts-lieux du monde, ils ne sont ni l'un ni l'autre universels. Les pratiques, représentations et intentions des touristes qui les fréquentent trahissent d'importantes différenciations en fonction des nationalités, qui engendrent des spatialisations marquées, séparant parfois les touristes occidentaux et les touristes asiatiques (incluant les Indonésiens) et parfois les touristes internationaux des Indonésiens, qu'ils soient vacanciers ou Balinais pratiquant des activités de loisirs.

Si cette première approche confirme à Bali que la coprésence se conjugue selon des modalités variées et réfute la thèse d'une homogénéisation provoquée par une popularité internationale, elle nécessite des approfondissements ultérieurs, au travers d'une analyse systématique de l'ensemble des hauts-lieux mondialisés de l'île. L'objet en sera de proposer une typologie des sites mis en tourisme à Bali au travers de leurs fréquentations par les vacanciers internationaux, domestiques, mais aussi par la population locale, en interpellant l'existence ou non de lieux mondiaux universels balinais. Cette prochaine recherche permettra de poursuivre la réflexion sur rôle mondialisant et pourtant générateur de créativité et de diversification, du tourisme mondialisé. Nous questionnerons aussi sa relation aux populations locales, au travers de la superposition de rapports au temps et à l'espace, demeurant largement dominés par des considérations cosmologiques et religieuses dans la société balinaise (Eiseman, 1990 ; Picard, 2010 ; Budarma Ketut et Pickel-Chevalier, 2016).

Bibliographie

Bali and Lombok, 2011, Insight Guides, London

Bali et Lombok, 2009, Hachette, coll. Guides Voir, Paris.

Bali, Lombok, Guide 2010-2011, 2010, coll. Petit Futé, Paris.

Beauvoir Comte de, 1870, rééd 2002, Java, Siam, Canton: Voyage autour du monde, Elibron Classics book, London.

Brown C. 2011, A short history of Indonesia. The unlikely nation? Talisman, Singapour.

Budarma K. et Pickel-Chevalier S., 2016, "Toward sustainable tourism in Bali? A western paradigm

confronted to the Balinese cultural singularities”, *Mondes du Tourisme* [En ligne], Hors-série 2016, mis en ligne le 01 septembre 2016, <http://journals.openedition.org/tourisme/1187> ; DOI : 10.4000/tourisme.1187

Cabasset C., 2000, *Indonésie, le tourisme au service de l'unité nationale ? La mise en scène touristique de la nation*, Paris, Thèse de géographie, Université de Paris 4.

Cabasset-Semedo C., 2011, « L'évolution des stations touristiques : quel développement durable ? Mondialisation et aménagement touristique à Bali (Indonésie) » in : Duhamel Ph. et Kadri B. (dir), *Tourisme et Mondialisation, Mondes du tourisme, Hors-série*, Paris, pp.142-152.

Cabasset-Semedo C., Peyvel E., Sacareau I. et Taunay B., 2012, « De la visibilité à la lisibilité : le tourisme domestique en Asie », in : *Espace populations sociétés* [En ligne], <http://eps.revues.org.buadistant.univ-angers.fr/4118>

Cazes G., 1992, *Fondements pour une géographie du tourisme et des loisirs*, Bréal, Paris.

Decroly J.-M. (dir.), 2015, *Le tourisme comme expérience. Regards interdisciplinaires sur le vécu touristique*. Presses Universitaires de Québec, Québec.

Dewailly J.-M. et Flament E., 1993, *Géographie du tourisme et des loisirs, Dossier Images économiques du monde*, SEDES, Paris.

Duhamel Ph. et Kadri B. (dir.), 2011, *Tourisme et Mondialisation, Mondes du tourisme, Hors-série*, Paris.

Duhamel Ph. et Violier Ph., 2009, *Tourisme et littoral : un enjeu du monde*, Belin, Paris.

Duhamel Ph., Talandier M. et Toulhier B. (dir), 2015, *Le balnéaire de la manche au monde*, Presses universitaires de Rennes, Rennes.

Eiseman F. B., 1990, *Bali Sekala and Niskala*, Tuttle Publishing, Hong-Kong.

Hanna W., 1972, « Bali in the seventies. Part I. Cultural tourism » in *American universities Field Staff reports. Southeast Asia Series*, 20/2.

Hitchcock M. et Darma P. I.N., 2008, *Tourism, Development and Terrorism in Bali*, Ashgate Publishing, Farnham.

Hitchcock M., King V. et Parnwell M. (dir), 2008, *Tourism in Southeast Asia, challenges and new direction*, Nias Press, Copenhagen.

Informasi Pariwisata Nusantara. *Wonderful Indonesia, Kementerian Pariwisata dan ekonomi kreatif Republik Indonesia*, 2010.

Knafou R. et Violier Ph. (dir), 2000, « Tourismes en France : vivre de la diversité », *Historiens et Géographes*, n°370, pp.367-384

McKean Ph., 1973, *Cultural involution: tourists, Balineses and the process of modernisation in an anthropological perspective*. PhD dissertation, Brown University.

Michel F.(dir), 1998, *Tourismes, touristes et sociétés*, L'Harmattan, coll. Histoire et Anthropologie, Paris.

MIT, 2002, *Tourisme 1, Lieux communs*, coll « Mappemonde », Belin, Paris.

MIT, 2005, *Tourisme 2, Moments de lieux*, coll « Mappemonde », Belin, Paris.

MIT, 2011, *Tourisme 3, Moments de lieux*, coll « Mappemonde », Belin, Paris.

Mo C., Howard D. et Havitz M. 1993, “Testing an international tourist role typology”, *Annals of Tourism Research*, Vol. 20, pp. 319-335.

Mondou V. et Violier Ph., 2009, « Projet, pratiques et lieux touristiques, quelles relations ? », *Mappemonde*, n°94, <http://mappemonde.mgm.fr/mun22/articles/art09201.html/>

Paquot Th, 2014, *Le voyage contre le tourisme, Eterotopia France /rhizome*, Paris.

Parantika A., 2015, *Domestic tourism in Indonesia: between transfer and innovation, toward a new model?* Thèse de Géographie, ESTHUA, Université d'Angers.

Picard Michel, *Bali : tourisme culturel et culture touristique*, Paris, L'Harmattan, 1992.

Picard M., 2010, « L'identité balinaise à l'épreuve du tourisme », *EspacesTemps.net, Travaux*, 2010, <http://www.espacestemp.net/articles/identite-balinaise-epreuve-tourisme>

Pickel-Chevalier S., 2014, *L'Occident face à la nature, à la confluence des sciences, de la philosophie et des arts*, Cavalier Bleu, coll. Idées Reçues, Paris.

Pickel-Chevalier S. et Parantika A., 2015, « Expériences touristiques et ludiques sur les littoraux en Indonésie : des vecteurs de mutation du rapport au corps ? Etude de cas des plages de Bali, Yogyakarta, Jakarta et Manado » in : Decroly J.-M. (dir.), *Le tourisme comme expérience. Regards interdisciplinaires sur le vécu touristique*. Presses Universitaires de Québec, Québec, pp 187-202.

Pickel-Chevalier S. et Violier Ph., 2017, « Bali, de la marge à la centralité touristique », in : Bernard N., Blondy C., Duhamel Ph., *Tourisme, marge et périphérie*, Presses Universitaire de Rennes, Rennes.

Raillon F., 2012, « Indonésie, un archipel émergent », *Bulletin de l'Académie des sciences morales et politiques*, n°3, décembre 2012.

Taunay B. et Violier Ph., 2015, « Un modèle chinois des pratiques touristiques ? Analyse des spécificités et des invariants au niveau des pratiques et des lieux fréquentés par les touristes chinois et internationaux en Chine », in : Sacareau I., Taunay B. et Pevel E. (dir), *La mondialisation du tourisme, Les nouvelles frontières d'une pratique*, Presses Universitaires de Rennes, Rennes, pp.95-112.

Urbain J.-D., 1993, *L'idiot du voyage*, Payot et Rivages, Paris.

Viard J., 1982, *Penser les vacances*, Actes Sud, Paris.

Vickers A., 2012 (1ère édition 1989), *Bali, A paradise created*, Tuttle Publishing, Singapour.

Violier Ph., 2000, « Points de vue et lieux touristiques du monde », *Mappemonde*, vol. 1, Belin, n°57, Paris, pp. 7-11.

Violier Ph., Stock M. et Duhamel Ph., 2009, « Variations d'altérité et “fin” du tourisme ». *Colloque Fins et confins du tourisme*, Creppem (Université Pmf de Grenoble), Edytem (Umr 5204 Cnrs/ Université de Savoie), Grenoble, 26-27 mai 2009.

Violier Ph., 2011, « Les lieux du monde. », *EspacesTemps.net, Travaux*, 22.08.2011
<http://www.espacestemp.net/articles/les-lieux-du-monde/>

Violier Ph. et Giffon S., 2015, « Voyages dans le monde : une figure de l'habiter mobile », *L'information géographique*, vol 79/3, pp.17-33.

Violier Ph. (dir), 2016, « La troisième révolution touristique », *Mondes du Tourisme* [En ligne], Hors-série | 2016, mis en ligne le 01 septembre 2016, <http://journals.openedition.org/tourisme/1256> ; DOI : 10.4000/tourisme.1256

Winter T., 2007, “Rethinking tourism in Asia”, *Annals of Tourism Research*, Volume 34/1, pp. 27-44

Pèlerinage et tourisme à l'heure de la sécularisation : une remise en cause des catégories pèlerin / touriste

Chevrier Marie-Hélène, Docteur en géographie

UMR 5600 Environnement, Ville, Société, CNRS Université Lumière Lyon 2

Résumé :

Le pèlerinage est-il une l'ancêtre du tourisme ? Les pèlerins peuvent-ils être considérés comme des touristes ? Ces questions divisent les spécialistes. Des géographes tels que Rémy Knafou répondent par la négative, tandis que l'Organisation Mondiale du Tourisme et les professionnels du tourisme s'empressent d'ajouter les pèlerins à leurs statistiques. De fait, pèlerins et touristes ont bien recours au même type de prestations durant leur séjour dans les sanctuaires (comme en témoigne, entre autres, la vitalité du secteur hôtelier à Lourdes). Les critères de distinction se situent donc bien davantage au niveau des pratiques spatiales des visiteurs au sein des sanctuaires. L'observateur peut distinguer sans peine le visiteur s'agenouillant pieusement devant la Grotte de Lourdes ou les reliques de Sainte Thérèse à Lisieux de celui qui, sac au dos, prend en photo les fidèles comme autant d'éléments de curiosité. Il faut cependant compter avec le processus de sécularisation qui brouille les lignes. Un fidèle particulièrement recueilli pendant un office peut, à peine la bénédiction finale prononcée, brandir son appareil photo pour mitrailler ses compagnons de voyage et les différents points d'intérêt du sanctuaire dans lequel il se trouve. Le pèlerin, tout-à-coup se transforme en touriste, tout comme le touriste peut devenir pèlerin l'espace d'un instant. Des expériences de terrain menées dans différents sanctuaires français ainsi qu'au sanctuaire de Guadalupe à Mexico m'ont amenée à remettre en question l'idée de deux catégories (touristes/pèlerins) trop strictement définies. Au fil des observations et des enquêtes, sont apparus des marqueurs permettant de distinguer touristes et pèlerins dans chaque lieu et chaque société, permettant d'envisager, plutôt que des catégories trop rigides, un idéal-type du visiteur des sanctuaires qui peut être tour à tour pèlerin ou touriste. Il s'agira ici d'expliquer et de questionner cet idéal-type construit à partir d'observations empiriques.

Mots-clefs : Pèlerins, pratiques spatiales, sécularisation, sanctuaires, idéal-type

Introduction

La sécularisation contribue-t-elle à la subversion d'un lieu de pèlerinage en lieu touristique ? Comment la valeur sacrée est-elle alors perçue ? Cette question est ici étudiée à partir de certains lieux particuliers faisant office de laboratoires : les sanctuaires. Plus précisément un panel de sanctuaires catholiques en Europe et au Mexique. Le choix s'est porté sur des sanctuaires catholiques parce qu'ils sont parmi les plus facilement accessibles et sont en outre particulièrement confrontés au processus de sécularisation, ce dernier étant entendu comme le « processus qui vise à rendre la vie et l'espace des sociétés effectivement laïques, c'est-à-dire religieusement neutres. Cela présuppose la séparation de l'Eglise et de l'Etat et implique un changement de paradigme » (Chevrier, 2011 : 6). Il est apparu primordial de mener une étude comparative prenant en compte

la diversité des sanctuaires catholiques : reconnus par l'Eglise ou non ; témoins de pratiques pluriséculaires ou créés durant ces dix dernières années ; accueillant des millions de visiteurs toute l'année ou seulement quelques milliers à des dates précises ; liés à des manifestations divines ou bien au culte d'un saint ou d'une relique... Enfin pour que l'étude soit pertinente, ces différents sanctuaires sont situés dans des pays où le processus de sécularisation de la société n'en est pas au même stade. La société et l'espace peuvent être très sécularisés voire laïcisés (France) ou au contraire, bien que l'Etat soit laïc, la religion peut encore être omniprésente dans l'espace public (Mexique, Pologne, etc.).

Dans la religion catholique, on entend par sanctuaire un édifice ou un ensemble d'édifices consacrés où se déroule le culte. Si toutes les églises, en tant que lieux consacrés, sont des sanctuaires, seuls certains lieux se sont vu accorder le titre « officiel » de sanctuaire par l'Eglise. Il s'agit, en droit canon, « d'une église ou un autre lieu sacré où les fidèles se rendent nombreux en pèlerinage pour un motif particulier de piété, avec l'approbation de l'Ordinaire du lieu¹ » (Eglise catholique, 1983 : can. 1230).

Ceux qui se rendent dans les sanctuaires sont donc théoriquement des pèlerins. Selon la définition donnée par Jean Chélini et Henry Branthomme (2004 : 7), le pèlerinage suppose trois éléments fondateurs : « l'existence d'un lieu sacré ou considéré comme tel » : ici les sanctuaires étudiés, « une démarche spéciale pour s'y rendre, ce qui suppose la rupture d'avec son séjour habituel, une distance à franchir et une route à parcourir », « un certain nombre de rites à remplir et d'actes religieux individuels ou collectifs à accomplir avant, pendant, à l'arrivée et au retour de cette démarche ». Les pèlerins seraient donc caractérisés par le choix de leur destination, leurs motivations pour entreprendre le voyage et leurs pratiques spatiales dans le sanctuaire. Ils semblent en cela être les opposés des touristes. Le tourisme, en effet, consiste dans la recherche de la « récréation » (Equipe MIT, 2002). Celle-ci implique, comme le pèlerinage, une rupture avec le quotidien, mais également, à l'inverse de toute démarche ritualisée, la notion de libération du corps et de l'esprit. Cela va de pair avec des pratiques spatiales bien spécifiques qui pourraient paraître incompatibles avec celles des pèlerins.

Pourtant, quelques instants de présence dans un sanctuaire suffisent à constater que tous les visiteurs présents ne sont pas là dans le but d'accomplir un pèlerinage. Ces lieux qui attirent les foules de croyants parfois depuis des siècles ont peu à peu intégré les discours et les offres touristiques. L'Organisation Mondiale du Tourisme compte sans aucun complexe les pèlerins au nombre des touristes, et a ainsi organisé, en septembre 2014 à Saint Jacques de Compostelle le *1^{er} congrès international sur le tourisme et le pèlerinage*. Assimilation à laquelle s'opposent certains chercheurs tels que Rémy Knafou et l'Equipe « Mobilités, Itinéraires, Tourismes » pour qui le tourisme ne doit pas être un « fourre-tout qui mobiliserait, outre des touristes, des pèlerins, des hommes d'affaires, des tuberculeux en sanatorium voire des immigrants en quête d'emploi » (Knafou, 2003 : 931).

Sur le terrain, le problème apparaît nettement : les sanctuaires sont de toute évidence fréquentés à la fois par des pèlerins et par des touristes. A Lourdes, on peut ainsi voir côte à côte un pèlerin portant un foulard, T-shirt ou autre signe distinctif de son appartenance à un groupe de pèlerinage et un visiteur revêtant la panoplie du touriste (bonnes chaussures, casquette, sac à dos, appareil photo en bandoulière). Or, si en théorie la distinction est claire, elle l'est beaucoup moins en pratique. Certains pèlerins peuvent avoir des pratiques touristiques et certains touristes des pratiques pèlerines et ce d'autant plus que le processus de sécularisation de la société est avancé. Les pratiques spatiales des visiteurs deviennent hybrides, à mi-chemin entre tourisme et pèlerinage. C'est la catégorisation des visiteurs qui nous intéresse ici et nous tenterons d'identifier et d'explicitier les indicateurs permettant de distinguer pèlerins et touristes dans un contexte de sécularisation, tout en cherchant à déterminer s'il est réellement pertinent de vouloir à tout prix les distinguer.

¹ Terme habituellement utilisé pour caractériser l'évêque d'un diocèse.

Pèlerins ou touristes ? Dans les sanctuaires, l'habit ne fait pas le moine. L'impuissance des typologies classiques

Sandales vs. chaussures de randonnée ?

L'assimilation du pèlerinage avec le tourisme n'est pas du goût de tous les chercheurs. L'Equipe MIT donne ainsi du tourisme la définition suivante : « système d'acteurs, de pratiques et de lieux qui a pour finalité de permettre aux individus de se déplacer pour leur récréation hors de leurs lieux de vie habituels afin d'aller habiter temporairement d'autres lieux » (Knafou, 2003 : 931). L'élément clé de cette définition est la notion de « récréation » que R. Knafou affine ensuite en parlant de « récréation ». Elle consiste pour lui dans « l'ensemble de pratiques de rupture vis-à-vis des pratiques routinières, aboutissant à un relâchement plus ou moins contrôlé de l'auto-contention des émotions » (Equipe MIT, 2005 : 341). Dans cette conception, les rites religieux, imposant une certaine discipline, seraient exclus des pratiques récréatives. Pourtant, il est indéniable que ces rites peuvent être sources d'émotions. En outre, ceux accomplis dans les sanctuaires, où le pèlerin ne se rend qu'occasionnellement, ne font pas à proprement parler des pratiques du quotidien.

Si l'on se fie à cette définition tranchée néanmoins, la distinction serait très facile à opérer entre pèlerins et touristes, par la simple observation. Au premier abord, elle paraît même évidente, comme le montre la figure 1 :

Dans le cas mexicain (figure 1A) : ce pèlerin mexicain absorbé dans l'accomplissement d'une pratique rituelle traditionnelle (avancer à genoux), complètement insensible à ce qui l'entoure, contraste fortement avec le groupe de touristes accompagnés d'un guide, équipés de tout l'attirail du touriste et très occupés à filmer et prendre des photographies du lieu.

Dans le cas français (figure 1B), la différence est un peu moins nette : la tenue vestimentaire de la personne devant la Grotte pourrait laisser penser à une touriste mais elle est complétée par certains signes distinctifs du pèlerin : foulard du diocèse (qu'on retrouve sur le cierge) et badge. Cette personne est de plus en passe d'accomplir une pratique rituelle : le dépôt d'un cierge auprès de la Grotte. Le contraste avec le visiteur du Mont-Saint-Michel, oreille collée à l'audio guide et son voisin qui prend une photographie du chœur de la basilique, totalement insensible aux personnes qui l'entourent (et au panneau stipulant qu'il est interdit de prendre des photographies) n'est pas aussi marqué qu'au Mexique.

A) Cas Mexicain



Pèlerin avançant à genoux vers la Basilique de Guadalupe
(Cliché : M.-H. Chevrier, 2011)



Visite guidée de touristes espagnols à Guadalupe
(Cliché : M.-H. Chevrier, 2010)

B) Cas Français



Pèlerin devant la Grotte de Lourdes
(Cliché : Diocèse de Laval, 2006)



Touristes dans l'Abbatiale du Mont-Saint-Michel
(Cliché : M.-H. Chevrier, 2014)

Figure 1 : Pèlerins et touristes dans les sanctuaires mexicain et français
(Source : Chevrier, M.-H., 2006 à 2014)

Ces photographies nous montrent néanmoins que pèlerins et touristes sont parfois très faciles à distinguer grâce à :

- des pratiques rituelles religieuses : avancer à genoux, poser un cierge, être dans une attitude de prière, toucher la roche, les pierres, une statue, des reliques, réciter un chapelet...
- des pratiques rituelles « profanes » : photographie des topoï (lieux ou rituels des pèlerins)
- des signes distinctifs : foulard, T-shirt, chapeau ou autre accessoire où est imprimé l'origine et le nom du groupe de pèlerinage / tenue sportive, sac à dos, appareil photo en bandoulière pour les touristes.

Distinguer touristes et pèlerins semble ainsi être un jeu d'enfants : il y aurait d'un côté ceux pour qui la visite au sanctuaire est une affaire sérieuse (les pèlerins) et ceux qui viennent par curiosité, sans attention particulière aux règles et aux rituels propres aux lieux (les touristes).

Des visiteurs transformistes

Pourtant, les pratiques des visiteurs des sanctuaires sont souvent loin d'être aussi transparentes et, serait-on tenté de dire, « caricaturales ». C'est au contraire le mélange des genres qui prévaut, comme l'étude de quelques exemples concrets tend à le montrer.



a) Pèlerins de Toluca installés devant la chapelle du Pocito au sanctuaire de Guadalupe (Mexico)
(Cliché : M.-H. Chevrier, 2011)



b) Stand pour une photo souvenir au sanctuaire de Guadalupe (Mexico)
(Cliché : M.-H. Chevrier, 2011)



c) Touristes déposant une bougie au Mont-Saint-Michel
(Cliché : M.-H. Chevrier, 2014)

Figure 2 : Des pratiques hybrides dans les sanctuaires
(Source : Chevrier, M.-H., 2011 à 2014)

La figure 2a permet d'observer, dans le cas mexicain du sanctuaire de Guadalupe des pèlerins venus à pied depuis la ville de Toluca (Etat de Mexico, à 60 km de la capitale). Une fois arrivés dans le sanctuaire, ils s'installent. Le lieu devient alors campement et l'on voit s'accomplir tous les gestes du quotidien, exactement comme on le verrait dans un camping. La figure 2b quant à elle représente un des 3 ou 4 stands similaires qui existent dans le sanctuaire. Ceux-ci rassemblent à peu près tous les topoï mexicains (Vierge, drapeau, sombreros, ânes, tissus colorés, fleurs). Beaucoup de personnes, touristes comme pèlerins s'y font photographier.

Ce mélange des pratiques sacrées et profanes se retrouve dans les sanctuaires européens avec autant, si ce n'est plus, de force. La figure 1c expose le cas de l'église paroissiale du Mont-Saint-

Michel. Les visiteurs photographiés sont venus au Mont comme touristes. Pourtant, le couple, au premier plan, est en train de déposer une bougie avec recueillement. L'homme a enlevé son chapeau dénotant ainsi une certaine familiarité avec les règles en vigueur dans un lieu sacré. Dans cette église, le nombre de bougies déposées quotidiennement est bien supérieur au nombre de pèlerins « déclarés ». Il faut vider les plateaux plusieurs fois par jour pour faire de la place. Beaucoup de visiteurs font la démarche de manière visiblement recueillie. Dans d'autres cas, elle est faite par mimétisme. Cela est par exemple assez clair dans le cas des touristes japonais qui, voyant les autres visiteurs poser une bougie, veulent faire de même par mimétisme démontrant par d'autres pratiques qu'ils n'ont pas clairement conscience de la portée religieuse de leur geste (franchir le cordon limitant l'accès au chœur pour s'installer sur le siège du prêtre et s'y faire photographier par exemple). Le but est alors de faire l'expérience des pratiques rituelles.

Ces différents cas sont révélateurs de l'hybridation des pratiques à l'œuvre dans les sanctuaires : des pèlerins deviennent touristes un instant tandis que des touristes deviennent pèlerins. Dans ces circonstances, l'observation n'est plus suffisante pour distinguer pèlerins et touristes. Il faut pouvoir saisir leurs motivations profondes.

Une classification nécessairement mouvante

Les frontières entre touristes et pèlerins sont extrêmement poreuses. Il convient dès lors de ne pas les figer dans des catégories mais d'établir une classification mouvante. Certes, pèlerins et touristes sont des catégories valides, mais aux contours flous. Valene Smith (1992 : 4) en a donné la représentation graphique suivante :

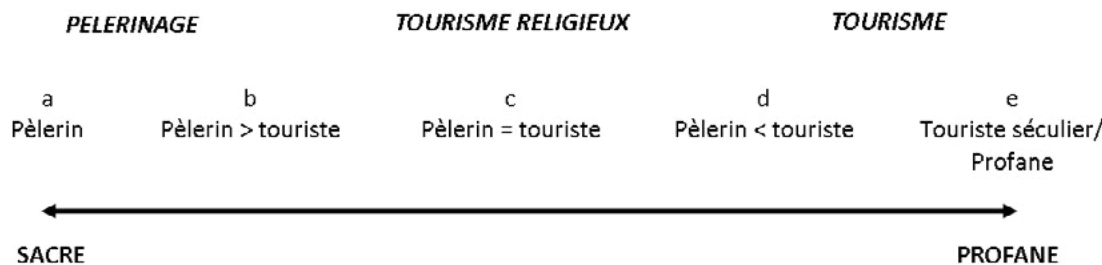


Figure 3 : Les oscillations des visiteurs entre pèlerinage et tourisme
(Source : Auteur d'après V. Smith)

Aux deux extrémités de l'axe se trouvent d'une part le pèlerin qui vient pour accomplir un vœu ou demander une faveur, dont les pratiques rituelles sont très marquées et qui manifeste peu d'intérêt pour ce qui n'est pas religieux ; d'autre part le touriste qui lui est intéressé par les lieux et les traditions, vient visiter les monuments mais aussi observer les pèlerins. Une troisième catégorie s'individualise assez nettement : celle des « touristes religieux » qui viennent à la fois pour des questions de foi et de culture (viennent par exemple à la Messe au sanctuaire et en profitent pour visiter les lieux). Ces trois catégories correspondent à trois types de pratiques : le pèlerinage, le tourisme et le tourisme religieux.

La difficulté réside dans le fait qu'il existe des flous entre ces trois catégories : dans certains cas, même si le visiteur fait un peu de tourisme, il est principalement dans le lieu en tant que pèlerin.

Dans d'autres cas, c'est l'inverse. Pour clarifier les marges (b) pèlerin > touriste / d) touriste > pèlerin), il faut faire entrer en ligne de compte la familiarité : plus un visiteur est familier avec les lieux, plus il se concentre sur sa démarche de pèlerinage.

Représenter ces différentes catégories sur un axe plutôt que dans une grille permet de montrer qu'un visiteur peut passer d'une catégorie à l'autre au cours d'une même visite. De plus, cet axe est à double-sens montrant bien qu'un touriste peut devenir pèlerin (secret espoir des recteurs de sanctuaires) mais aussi qu'un pèlerin peut devenir touriste (secret espoir des professionnels du tourisme).

Cela se double du fait que les sanctuaires sont des lieux soumis à des acteurs appartenant à deux sphères différentes ayant chacune leur propre discours : celle du sacré et celle du profane. Sacré et profane peuvent ainsi être placés sur cet axe. Ils s'appliquent à la fois à la valeur attribuée à l'espace par les visiteurs, aux pratiques spatiales des ces derniers et aux acteurs qui organisent et supervisent tel ou tel aspect du lieu et des pratiques.

Ces difficultés de classification tiennent à deux mouvements conjoints : la généralisation et la massification du tourisme d'une part et la sécularisation d'autre part. Dans les sociétés occidentales, le tourisme est devenu un acte banal. Il faut donc augmenter et renouveler sans cesse l'offre. Tout ce qui est susceptible d'attirer l'attention des visiteurs est alors mis en tourisme. Le mystère et « l'authenticité » notamment, remportent les faveurs des visiteurs. Or, quoi de plus authentique et mystérieux que de voir des croyants accomplir des pratiques rituelles ? La sécularisation joue alors, dans cette mise en tourisme, un rôle non-négligeable : en effet, la religion rentre dans la sphère de l'intime et se fait de moins en moins présente dans l'espace du quotidien. Les sanctuaires deviennent alors des sortes de conservatoires. De plus, la connaissance du religieux diminue peu à peu dans la société. La religion devient davantage objet de mystère, suscitant ainsi une curiosité renouvelée.

Le flou des catégories et le fait qu'un visiteur puisse passer d'un statut à l'autre au cours du temps qu'il passe au sanctuaire incitent à étudier tourisme et pèlerinage sous un autre angle : les visiteurs de sanctuaires seraient-ils impossibles à cerner car appartenant à des catégories différentes ? Dans ce cas, comment comparer plusieurs lieux entre eux ? Il faut s'attacher à construire une grille d'analyse qui permettrait de comparer efficacement les visiteurs de tous les sanctuaires. Certes, nous l'avons vu, l'habit ne fait pas le moine mais rien n'empêche de tenter d'établir le patron d'un nouvel uniforme.

Tailler le nouvel uniforme du visiteur des sanctuaires

Idéaux-types plutôt que catégories

Les sanctuaires : des lieux génériques à comparer

Cette analyse se fonde sur la comparaison de plusieurs sanctuaires. Ceux-ci, s'ils sont de taille ou d'origine différentes, possèdent une certaine « généricité », c'est-à-dire qu'une « part importante de leurs caractères peut se rencontrer à plusieurs exemplaires » (Lévy, 2002 : 393). Tous se

rattachent à l'Eglise catholique et la plupart sont gérés directement par celle-ci (à l'exception des lieux non reconnus). Dans chacun se retrouve un dispositif spatial identique (Chevrier, 2011) :

- Un point principal qui forme le cœur du lieu : Grotte de Lourdes, image de la Vierge de Guadalupe, statue de St Michel, lieu d'apparition...
- Une église principale : généralement une basilique.
- Un chemin de croix
- Eventuellement (suivant la taille du lieu) d'autres espaces « annexes » : autres églises, espaces verts...

Les sanctuaires ont ainsi chacun leurs propres caractéristiques (le message véhiculé est bien distinct dans chaque lieu) mais tous partagent une ossature commune.

L'idéal-type : outil optimal pour la comparaison des pratiques spatiales ?

Cette uniformité des espaces n'entraîne pourtant pas l'uniformité des pratiques. La question qui se pose ici est alors celle de leur généralité : le fait qu'il s'agisse d'un même type d'espace (le sanctuaire) est-il suffisant pour que l'on retrouve les mêmes pratiques et les mêmes pratiquants bien que le contexte social, culturel et politique soit différent ?

Pour répondre à cette question, les typologies classiques étant impuissantes, il est possible d'avoir recours à la notion d'idéal-type forgée par Max Weber : il s'agit de faire le profil type d'un visiteur afin, par la suite, de le généraliser (Weber, 1965). L'idéal-type, comme l'écrit Weber lui-même, possède une dimension utopique mais il permet de rationaliser et d'ordonner les différents éléments empiriques recueillis sur le terrain et à travers le travail bibliographique. Tout cela tend à rendre le réel moins complexe.

Dans le cas des visiteurs de sanctuaires, la construction de l'idéal-type se fait en deux temps. Tout d'abord, il faut établir une grille des indices et indicateurs qui vont permettre de dresser cet idéal-type. Ensuite, la grille est appliquée à chaque sanctuaire, permettant alors de voir s'il est possible d'obtenir un patron de taille unique.

Prendre les mensurations des visiteurs : quels critères, indicateurs et méthodes ?

Indicateurs à prendre en compte

Les observations réalisées sur le terrain et en partie reprises antérieurement lors de l'analyse des photographies permettent de distinguer trois grandes catégories de marqueurs à prendre en compte lors de la constitution de l'idéal-type :

- Des indices sociologiques : tout ce qui concerne l'âge, l'origine ou le revenu des visiteurs mais également le sens que le sanctuaire prend pour la collectivité et la manière dont le visiteur se rattache ou non à un groupe.
 - Indicateurs correspondants : âge moyen / Origine / Revenu moyen / type de voyage / signifié collectif (sens communément donné au sanctuaire dans les

discours promotionnels / signifiant personnel (moyen d'identification utilisé par le visiteur)

- **Les pratiques spatiales** : soit la « dimension spatiale de l'activité d'un opérateur » (J.-F. Staszak, 2003 : 740). Elles concernent tant le choix de l'hébergement et du moyen de transport que l'espace parcouru, dans et au-dehors du sanctuaire, et les marqueurs de ces pratiques que sont tous les outils signalétiques laissés aux visiteurs.
 - Indicateurs correspondants : moyen de transport jusqu'à destination / moyen de transport jusqu'au sanctuaire / Espace parcouru dans le sanctuaire / Espace parcouru en-dehors du sanctuaire / Visite guidée / Signalétique / Pratiques rituelles sacrées / Pratiques rituelles sécularisées / Hébergement
- **La temporalité de la visite** : elle est indissociable des pratiques spatiales. Il est en effet nécessaire de connaître l'espace-temps de la visite, c'est-à-dire de savoir combien de temps a été passé au sanctuaire mais aussi à quelle fréquence a lieu la visite.
 - Indicateurs correspondants : temps moyen passé au sanctuaire / Temps moyen passé dans la région ou le pays / Fréquence de la visite

Rassembler tous ces indicateurs permet d'obtenir une grille complète qui prend en compte des éléments relevant à la fois du tourisme et du pèlerinage. Ne reste plus alors qu'à recueillir les données. Pour cela, il est nécessaire de mettre en œuvre différentes méthodes.

Méthodes employées pour recueillir les données

Le plus évident consiste à commencer par une phase d'observation directe en restant dans les sanctuaires tout au long de la journée, de leur ouverture à leur fermeture. Il s'agit à la fois de réaliser des observations et des comptages depuis un point fixe mais également de prendre des individus ou des groupes en filature afin de saisir l'itinéraire emprunté et d'évaluer la durée de la visite.

Pour une analyse plus fine, il faut avoir recours au questionnaire fermé : dans le cas de cette étude, un questionnaire de 19 questions a été élaboré et mis en œuvre, permettant ainsi de mener une enquête identique dans chaque sanctuaire. Le questionnaire permet de recueillir les macro-données telles que l'âge, l'origine... mais aussi de saisir les représentations que les visiteurs construisent. Ainsi, il est possible de demander au visiteur de classer les différents lieux qu'il a visités par ordre de préférence, ou encore de donner les trois mots qui, selon lui, définissent le mieux le sanctuaire. Ce type de question permet de recueillir des données qualitatives très précieuses.

Enfin, la grille de l'idéal-type peut être avantageusement complétée grâce à la réalisation d'entretiens semi-directifs, tant avec des visiteurs qu'avec des personnes en charge des sanctuaires. Ce type d'entretien permet d'obtenir des données qualitatives beaucoup plus fines et d'entrer dans le détail des pratiques des visiteurs.

Quand la sécularisation défait les coutures

Les critères utilisés pour dresser l'idéal-type correspondent aussi bien aux pèlerins qu'aux touristes. Le but était de pouvoir conserver les caractéristiques principales pour ensuite monter en généralité

et aboutir à un idéal-type du visiteur de sanctuaire valable pour tous les sanctuaires (catholiques dans un premier temps, à éprouver ensuite dans des sanctuaires rattachés à d'autres religions). La grille a donc été appliquée dans chaque lieu étudié, en dissociant à chaque fois le pèlerinage et le tourisme, afin de voir quelles correspondances il était possible d'établir. Il s'agit ensuite de voir de quel profil se rapprochent la majorité des visiteurs. Une fois l'idéal-type établi pour chaque lieu, il convient de voir si tous convergent. Si oui, alors se dessine l'idéal-type du visiteur de sanctuaires.

Il est bien vite apparu qu'il n'est pas possible de distinguer un seul idéal-type du visiteur de sanctuaires universellement valable. Il n'est même pas toujours possible de dégager un idéal-type par lieu.

	INDICATEURS	IDEAL-TYPE DU VISITEUR	
INDICES SOCIOLOGIQUES	AGE MOYEN VISITEURS	15-30 ans/+ 60 ans	
	ORIGINE DES VISITEURS	Toute la France / Europe de l'Ouest / Asie / Amérique	
	REVENU MOYEN VISITEURS	Tous revenus	
	TYPE DE VOYAGE	Organisé et collectif (mélange des catégories socioprofessionnelles)	
	SIGNIFIE COLLECTIF	Message de la Vierge / Importance donnée aux malades.	
	SIGNIFIANT PERSONNEL	foulards, chapeaux, broches, T-shirts, bannières à l'emblème du lieu d'origine, uniforme des hospitaliers	
PRATIQUES SPATIALES	MOYEN DE TRANSPORT JUSQU'À LOURDES	Car / train spécial	
	TRANSPORT JUSQU'AU SANCTUAIRE	Marche / Vélo / Bus pour les personnes âgées et malades	
	ESPACE PARCOURU DANS LE SANCTUAIRE	A chaque visite : Grotte, basiliques, chemin de croix	Durant l'une ou l'autre visite: Autres lieux (pavillons, Cité St Pierre)
	ESPACE PARCOURU EN-DEHORS DU SANCTUAIRE	Ville-basse de Lourdes, lieux où a vécu Bernadette, forteresse et musées de la ville, Pic du Jer sites touristiques des environs (Gavarnie, Pont d'Espagne, Argelès-Gazost, Bagnères de Bigorre)	
	VISITE GUIDEE	Autogestion des groupes : ceux qui connaissent font visiter aux autres	
	SIGNALETIQUE	Marquage pour délimiter le parcours des processions, Indication des lieux de prière	
	PRATIQUES RITUELLES SACREES	Passage dans la Grotte, toucher la roche, se baigner à la Source et boire aux fontaines, processions eucharistique et mariale, assistance aux offices, chemin de croix, messe quotidienne dont une messe internationale (le mercredi), conférence-catéchèse, dépôt d'un cierge commun	
	PRATIQUES RITUELLES SECULARISEES	Photo de groupe devant la basilique du Rosaire ou la Grotte, photo des lieux (topoi), visite des lieux liés à la vie de Bernadette, excursion en montage	
	HEBERGEMENT	Hôtels en demi-pension ou pension complète à bas prix, hébergements du sanctuaire (camp des jeunes, hospitalité des malades)	Visiteurs concernés : Tous les visiteurs autres que ceux des départements voisins
	TEMPORALITE DES PRATIQUES	TEMPS MOYEN PASSE AU SANCTUAIRE	3 à 4 jours
TEMPS MOYEN PASSE A LOURDES		4 à 5 jours	
FREQUENCE DE LA VISITE		Régulière (une ou plusieurs fois/ an)	

Figure 4 : Idéal-type du visiteur des sanctuaires de Notre-Dame de Lourdes (Source : Chevrier M.-H., 2011)

Ainsi dans le cas de Lourdes (figure 4), les similitudes sont nombreuses entre l'idéal-type lié au pèlerinage et celui lié au tourisme. Les visiteurs qui viennent sont de toutes classes sociales et Lourdes est porteuse de la même signification pour tous : c'est un lieu lié à la religion, connu pour les apparitions de la Vierge et où se rendent de nombreux malades et fidèles pour prier. L'itinéraire au sein du sanctuaire est sensiblement le même, ainsi que le mode d'hébergement. Les pèlerins font également quelques excursion en-dehors du sanctuaire, prennent des photos souvenirs et profitent de la ville tandis que les touristes passent aussi à l'intérieur de la Grotte, posent parfois

un cierge ou boivent de l'eau de la source. A Lourdes, les catégories « pèlerin » et « touriste » se brouillent et l'idéal-type du visiteur ne relève plus ni de l'une ni de l'autre catégorie.

A Mexico en revanche, au sanctuaire de Notre-Dame de Guadalupe (figure 5), il est impossible de parvenir à un seul idéal-type tant les profils de visiteurs sont divers.

	INDICATEURS	MEXICAINS	CONTINENT AMERICAIN	AUTRES CONTINENTS	TOUTES NATIONALITES	
INDICES SOCIOLOGIQUES	AGE MOYEN VISITEURS	Tous âges	Tous âges	60 ans et plus		
	ORIGINE DES VISITEURS	Tous les Etats de la République	Tous les pays du continent américain	Europe et Asie	Amérique / Europe / Asie / Océanie	
	REVENU MOYEN VISITEURS	Tous revenus	Revenu moyen et élevé			
	TYPE DE VOYAGE	Individuel et collectif	Organisé et collectif (Amérique du Nord) / Individuel (Amérique centrale et du Sud)	Organisé et collectif		
	SIGNIFIE COLLECTIF	Vierge Mère des Mexicains	Vierge Impératrice des Amériques	Apparition de la Vierge	Symbole de l'identité nationale, folklore, architecture, paysage	
	SIGNIFIANT PERSONNEL	T-Shirt, chars et offrandes à l'emblème du lieu d'origine, costumes traditionnels	Sacs, foulards à l'emblème du lieu d'origine ou de l'organisme de pèlerinage	Aucun	appareil photo, signe de reconnaissance du guide	
PRATIQUES SPATIALES	MOYEN DE TRANSPORT JUSQU'À MEXICO	Marche / Vélo / Autobus	Avion			
	TRANSPORT JUSQU'AU SANCTUAIRE	Marche / Vélo	Car de tourisme / Taxi / Métro			
	ESPACE PARCOURU DANS LE SANCTUAIRE	Nouvelle basilique, Cerrito, Parroquia de Indios, Jardins	Tout le sanctuaire			
	ESPACE PARCOURU EN-DEHORS DU SANCTUAIRE	Environs immédiats	Autres lieux d'intérêts de la ville de Mexico (cathédrale, Zocalo, Xochimilco, paseo de la Reforma, Coyoacan, Chapultepec, etc.), des environs (Teotihuacan) et du pays.			
	VISITE GUIDEE	Non	Oui avec un guide extérieur			
	SIGNALETIQUE	Indication des lieux de prières, plans, panneaux d'interdictions			Explications historiques, panneaux du SECTUR	
	PRATIQUES RITUELLES SACREES	Prière devant la tilma, cheminement à genoux, cortège d'offrandes, assistance à la messe, confession, bénédiction d'objets, démarche du serment, dépôt de bougies	Prière devant la tilma, assistance à la messe, dépôt de bougies, bénédiction d'objets		Non	
	PRATIQUES RITUELLES SECULARISEES	Danses traditionnelles et sérénades à la Vierge, photo devant la basilique, photos dans les stands, photos des différents lieux, pique-nique dans les jardins, campement	Photos des différents lieux et des pèlerins mexicains (topoi)			
	HEBERGEMENT	Sur place /Maison du Pèlerin	Hôtels haut de gamme dans d'autres Délégations			
	TEMPORALITE DES PRATIQUES	TEMPS MOYEN PASSE AU SANCTUAIRE	½ journée, 1 journée	½ journée mais plusieurs jours consécutifs		½ journée
TEMPS MOYEN PASSE A MEXICO		1 journée	3 à 4 jours		3 jours	
FREQUENCE DE LA VISITE		Au moins une fois par an	1 fois mais beaucoup reviennent 1 ou 2 fois	1 fois dans une vie		

Figure 5 : Idéaux-types du visiteur du sanctuaire de Notre-Dame de Guadalupe (Source : Chevrier M.-H., 2011)

En dressant le tableau complet, on voit apparaître quatre profils :

- Celui du pèlerin mexicain : la catégorie « pèlerin » peut encore être opérante ici. En effet, les Mexicains prennent très au sérieux le pèlerinage et ne veulent en aucun cas le confondre avec du tourisme. Ils ne font ainsi pas de visites annexes de la ville de Mexico, cherchent un logement au plus près du sanctuaire, assistent à tous les offices... Les seules pratiques touristiques qu'ils peuvent mettre en œuvre (prendre des photos, acheter des souvenirs) se font dans l'enceinte du sanctuaire ou dans ses environs immédiats.
- Celui du pèlerin venu du continent américain
- Celui du pèlerin venu des autres continents
- Celui du touriste

De grandes similitudes apparaissent entre les trois derniers profils. Ceux-ci peuvent permettre d'établir un idéal-type du visiteur étranger, lui-même très proche de celui du visiteur du sanctuaire de Lourdes. Deux facteurs résistent néanmoins, empêchant de construire un unique idéal-type dans le cas mexicain. D'une part entre en ligne de compte une différence de signifié collectif insurmontable. En effet, pour les Mexicains, la Vierge de Guadalupe est la mère du peuple mexicain ; pour les pèlerins du continent américain, elle est l'impératrice des Amériques ; pour les croyants des autres continents elle est « seulement » la mère du Christ apparue sur la terre et enfin, pour les visiteurs sans croyance particulière, elle est un symbole de l'identité mexicaine. Autant de sens différents n'impliquent pas les mêmes pratiques dans le sanctuaire. D'autre part, il faut tenir compte du degré de sécularisation des sociétés. Dans la société mexicaine encore très imprégnée par le catholicisme, le pèlerinage est une pratique sociale importante et très codifiée qui reste une démarche sacrée. Les Mexicains n'hésitent pas à prendre sur leur temps de travail pour accomplir une démarche de pèlerinage. En revanche, dans les sociétés depuis plus longtemps sécularisées, la religion est plus ou moins entrée dans la sphère privée et se pratique sur le temps libre. Il est alors parfaitement admis d'associer des pratiques de loisir à la démarche de pèlerinage.

Il s'avère ainsi que la sécularisation détend les coutures de l'uniforme et rend quelque peu obsolète le débat sur qui est touriste et qui ne l'est pas.

Conclusion

Historiquement, la distinction « pèlerins » / « touristes » a toujours été litigieuse. En effet, dans les siècles passés, le pèlerinage était généralement la seule occasion que les individus avaient de « voir du pays » et la route menant au sanctuaire était l'occasion de découvrir de nouveaux paysages et d'autres coutumes. L'aspect rituel de la démarche et son caractère obligatoire (les pèlerinages sont en général de demande, d'action de grâce ou pénitentiels) incitent néanmoins à le distinguer du tourisme qui est lui pratiqué à des fins de loisir et de récréation.

Pourtant, avec l'avancement du processus de sécularisation des sociétés, on ne peut que constater que le flou augmente entre ces deux catégories qui sont chacune de moins en moins étanches. Le profil du visiteur de sanctuaire dans les sociétés occidentales inclut bien sûr toujours des pratiques sacrées mais également des pratiques sécularisées identiques à celles que l'on observe dans le tourisme. Il évolue ainsi vers un hybride qui tend à devenir une nouvelle catégorie.

Pour l'observateur, il devient dès lors nécessaire d'élaborer une nouvelle grille afin de déterminer qui est observé. La notion d'idéal-type permet de dépasser les catégories en établissant un profil type de visiteur que l'on pourra ensuite généraliser (ou pas) mais la construction des idéaux-types reste un exercice limite. Pour rendre compte de la réalité de lieux touristiques spécifiques tels que les sanctuaires, il faut savoir dépasser les catégories canoniques telles que pèlerins et touristes.

Bibliographie

CÁNOVES VALIENTE Gemma, 2006, « Turismo religioso en Montserrat : montaña de fé, montaña de turismo », *Cuadernos de Turismo*, n°18, Universidad de Murcia, pp. 63-67.

CAZES Georges, 1992, *Fondements pour une géographie du tourisme et des loisirs*, éd. Bréal, coll. Amphi géographie.

CHEVRIER Marie-Hélène, 2011, *Le lieu de pèlerinage au risque de la sécularisation. Etude comparée des sanctuaires de Notre-Dame de Lourdes et de Notre-Dame de Guadalupe*, mémoire de master 2 en sciences sociales (mention géographie), sous la direction d'Isabelle Lefort, Lyon, Université Lumière Lyon 2.

CHÉLINI Jean, BRANTHOMME Henry, 1982, *Les chemins de Dieu. Histoire des pèlerinages chrétiens, des origines à nos jours*, Paris, Hachette.

EGLISE CATHOLIQUE, 1983, Code de droit canonique, consultable en ligne : http://www.vatican.va/archive/FRA0037/_INDEX.HTM

EQUIPE MIT, 2002, *Tourismes 1. Lieux communs*, Paris, Belin.

EQUIPE MIT, 2005, *Tourismes 2. Moments de lieux*, Paris, Belin.

KNAFOU Rémy, 2003, article « Tourisme », in *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*, Paris, Belin.

LÉVY Jacques, 2003, article « Générique (Lieu) » in *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*, Paris, Belin.

SMITH Valene L., 1992, « The Quest in Guest », *Annals of Tourism Research*, vol.19, pp 1-17.

WEBER Max, 1965, *Essais sur la théorie de la science*, Paris, Plon.

À quoi reconnaît-on un touriste ?

Observation des activités spatiales par la méthode du shadowing

Lalanne Michèle, Professeure de sociologie,

Université Champollion d'Albi (Tarn, France),

UMR 5044 CERTOP Centre d'Etudes et de Recherches, Travail, Organisation, Pouvoir.

michele.lalanne@univ-jfc.fr

Résumé :

Le propos de cette communication est de contribuer à la compréhension de l'identification des touristes et de leurs activités dans l'espace public. Fréquemment, les touristes sont définis par la quantification de leur activité économique et par l'évaluation de leur satisfaction. L'accent mis sur la consommation des biens culturels et des services marchands produit un étiquetage social distinctif des touristes et du tourisme. Un des effets indésirables de ces connaissances rationnelles, fort utiles pour les acteurs politiques et les professionnels du tourisme, est de produire un marquage idéaltypique autour des dimensions culturelles et économiques. Ce biais anthropocentrique décrit avec précision certaines réalités (nombre de nuitées, musées visités) et laisse dans l'ombre le rapport des visiteurs à l'espace traversé. Nous avons choisi de décaler notre regard pour comprendre les effets d'étiquetage social en observant visuellement des touristes en situation de mobilité pédestre dans la rue (Mehta, 2013, Du et Meyer, 2008). Pour cela nous avons mis en place un dispositif expérimental de suivi et de description des touristes et de leurs activités durant des séquences de 30 mn au sortir de la cathédrale Sainte-Cécile, monument le plus visité de la Cité épiscopale d'Albi inscrite sur la liste de l'Unesco en 2010. Que font les couples de visiteurs de la cathédrale Sainte-Cécile durant les trente minutes qui suivent leur sortie par l'immense portail du XI^e siècle ? Plusieurs centaines de visiteurs ont été suivis et photographiés à l'automne 2014 selon les principes de l'approche visuelle (Pink, 2008) en utilisant les techniques du shadowing (Czarniawska, 2007) et du go-along (Kusenbach, 2003) qui consistent à observer de façon continue les pratiques spatiales et les équipements des acteurs en situation de mobilité (Brembeck, Hanson, Lalanne, Vayre, 2015).

Nous exposerons l'intérêt et les limites du protocole méthodologique pour rendre compte des effets distinctifs des attributs (appareil photo, habillement) et des activités visibles des touristes (consommation ostentatoire de l'espace, des biens et des services). En n, nous mettrons en discussion les premiers résultats en nous intéressant aux similitudes qui existent entre des formes de sociabilités des visiteurs et des habitants des lieux visités.

Mots-clés : touriste, observation mobile, shadowing, go-along, consommation ostentatoire

Introduction

Observer les pratiques des touristes pose la question de « qui est touriste ? ». Définir le touriste implique d'identifier des caractéristiques puis de les catégoriser. Nous proposons dans cet article de décrypter les touristes que nous nommerons aussi visiteurs à partir de leurs caractéristiques visibles pour comprendre leurs activités dans l'espace urbain. Cet article a donc un double objectif. En premier lieu il discute la méthode du shadowing comme modalité de recueil qualitatif de données d'observation en situation de mobilité dans le cadre de recherches sur le tourisme et comme source de données pour mener un traitement quantitatif sur les activités de 300 couples de visiteurs. En second lieu, il cherche à identifier les touristes à partir de leur apparence au travers de leurs équipements techniques, leur tenue vestimentaire, les lieux fréquentés, leurs activités. Après avoir mis au jour l'existence d'une combinaison de critères permettant de définir les touristes, nous mettons ensuite en évidence le rôle de l'équipement technique dans sa capacité à catégoriser les touristes au niveau des activités réalisées et des lieux fréquentés.

Objectifs de la recherche

Le classement UNESCO de la Cité épiscopale d'Albi en 2010 a entraîné une augmentation du nombre de visiteurs tant sur les différents sites qu'au niveau des différentes attractions¹. Le profil des visiteurs a alors suscité l'intérêt des acteurs politiques et des professionnels du tourisme en se portant sur les données de consommation des biens culturels et des services marchands. Si ces données sont fort utiles, cette approche laisse dans l'ombre le rapport que les visiteurs entretiennent à l'espace traversé (itinéraires, lieux, activités).

Pour définir plus qualitativement les touristes et leurs activités nous avons décalé notre regard. Ainsi, la présente étude² s'inscrit dans le prolongement d'un programme d'enquêtes menées sur les itinéraires touristiques prescrits et les parcours réels dans le centre-ville touristique albigeois³. Elle propose d'abord de dresser le profil des visiteurs d'Albi et de connaître ensuite l'effet de l'équipement sur leurs pratiques en concevant le touriste comme un acteur de ses choix, doté de compétences mises en œuvre durant sa visite et mû par un désir de différenciation : « il y a des rites et des coutumes dans tout cela : des gestes et des usages [...] des signes dont il faut déchiffrer le sens⁴ ». Pour autant, comme « les personnes ne se réduisent pas à un ensemble de dispositions intériorisées, mais agissent aussi en vertu des équipements qui leur sont associés⁵ », notre étude appréhende les touristes comme « clusters » formé par « l'assemblage composite d'une personne

1 OFFICE DU TOURISME D'ALBI, *Fréquentation des sites, activités touristiques – Albi*, 2013.

<http://www.albi-tourisme.fr/fr/frequentation-des-sites-activites-touristiques-albi.html>

2 Recherche financée dans le cadre du projet Médiations Socio-économiques des Itinéraires Touristiques (MSIT), LabEx SMS par l'université fédérale de Toulouse Midi Pyrénées.

3 CALVIGNAC, FIJALKOW, JALAUDIN, LALANNE, MARTIN, *De l'encadrement des itinéraires touristiques. Étude sociologique du parcours des visiteurs d'Albi*, Livret de recherche, 2014

4 URBAIN, Jean-Didier. *L'idiot du voyage : Histoires de touristes*. Paris, Petite bibliothèque Payot, 2002, p.106.

5 COCHOY, *Sociologie d'une curiosité*, Lormont, Le bord de l'eau, 2011, p.92.

et de ses choses »⁶ et qui recouvre les couples de touristes et leurs équipements socio techniques tels que l'appareil photo, le smartphone, le guide touristique, la carte/plan. La plupart de ces équipements relèvent des objets techniques mobiles largement diffusés dans la population même si des inégalités d'équipement demeurent et constitueront des « variables 'technographiques' »⁷ mobilisées dans l'analyse.

Sachant que « la pratique de la photographie fait partie des mœurs indissociables tant de l'activité touristique que des visites de musées »⁸, nous émettons l'hypothèse que les visiteurs disposant d'équipements seraient dans une démarche d'exploration de l'espace urbain qu'ils souhaitent observer voire capter par la photographie. Ils seraient enclins à les utiliser et à mener des activités différenciées se traduisant par la fréquentation de lieux spécifiques par rapport à ceux qui ne portent aucun équipement.

Développer une méthode pour saisir les activités touristiques in situ

Principes méthodologiques du shadowing et technique retenue

Relevant des méthodologies qualitatives, la méthode du shadowing est définie comme S. MacDonald comme suit : « a research technique which involves a researcher closely following a member of an organisation over an extended period of time »⁹. Le chercheur s'intéresse aux rôles des individus dans l'entreprise en leur posant des questions à des fins de clarification ou d'accès à la signification. Le shadowing a pour principal avantage de décrire les activités, les interactions de la personne dans son organisation en se détachant du regard qu'elle-même pourrait y porter lors d'un recueil par un entretien.

La technique de shadowing se rapproche de la méthode du « go-along » mise en oeuvre par M. Kusenbach¹⁰ qui repose sur une observation directe participante, avec accord et interaction avec la personne sous la forme de verbalisations durant l'activité pour recueillir des informations sur son expérience pratique et émotionnelle. Elle rejoint en cela la méthode du parcours commenté basée sur « la dimension réflexive des acteurs humains »¹¹ pour accéder au sens des activités.

Parmi les principaux usages du shadowing, l'un d'entre eux a retenu notre attention, il s'agit du

6 COCHOY, CALVIGNAC, *Mort de l'acteur, vie des clusters ? Leçons d'une pratique sociale très ordinaire*, Réseaux 2013/6 (n° 182), p.92.

7 COCHOY, *op. cit.*, p.86.

8 CONORD, JONAS, *Visite muséale et pratiques photographiques. L'exemple du musée Rodin à Paris*, in Mouseion, n°13, sept-déc 2012, p.27-51.

9 MACDONALD, *Studying actions in context : A qualitative shadowing method for organizational research*, Qualitative Research, 5(4), 2005, p.463.

10 KUSENBACH, *Street phenomenology. The go-along as ethnographic research tool*, Ethnography, vol.4 (3), 2003, p.455-485.

11 THIBAUD, « La méthode des parcours commentés », in Grosjean M., Thibaud J.P.(dir.), *L'espace urbain en méthodes*, Marseille, 2001, p.99.

shadowing « comme moyen d'enregistrer les comportements »¹². En effet, cette technique permet d'« enregistrer les comportements observables d'après une série de catégories préalablement établies. Dans ce cas, le shadowing sert à noter, de manière précise et impartiale, la conduite du participant »¹³ et consigner les différents aspects de l'activité permet son objectivation dans une perspective quantitative. Par ailleurs, le shadowing est particulièrement apte à saisir l'action en situation notamment en situation de mobilité tel que le rappelle B. Czarniawska à propos de l'étude de D. Miller sur les activités de shopping en soulignant la spécificité du shadowing : « His aim was not to describe 'the ways of life', but 'the nature of shopping', a phenomenon situated in time and place »¹⁴.

Considérations éthiques autour du « covert shadowing »

Shadowing en « covert research »

Le shadowing tel qu'il a été utilisé dans notre recherche s'inscrit dans une perspective de « covert research » ou « recherche sous couverture » consistant à mener une observation « cachée » dans le but de ne pas être identifié par les couples de touristes durant ce que l'on peut appeler une « filature ». On parlera alors de « covert shadowing » dont l'avantage est de préserver l'écologie de la situation en n'intervenant pas dans le cours d'action. Cette préoccupation est au cœur du shadowing où la place du chercheur en tant qu'« observateur non-participant présuppose que sa présence et ses actions ont peu d'influence sur l'objet et les sujets de sa recherche »¹⁵. La relation entre le chercheur et l'objet étudié prend la forme d'une « ombre transparente » en réalisant une sorte de « filature ».

A l'image des autres méthodologies d'observation, ce que l'on peut objecter au « covert shadowing » est le fait que cette méthode exclut l'intersubjectivité. Cette technique de shadowing est donc différente de celle utilisée par B. Czarniawska en ne recourant pas à l'« observation mutuelle »¹⁶ entre l'observateur et l'observé au travers d'un « duo ». En cela, elle prive l'accès à la signification de l'activité réalisée¹⁷. Le « covert shadowing » soulève aussi des questions éthiques propres au covert research relatives à la possible tromperie et instrumentalisation des enquêtés¹⁸. Cependant, en restant à distance et en ne développant pas d'interactions, cette technique ne manipule pas l'individu et préserve l'authenticité du cours d'action en ne le soumettant nullement à un quelconque protocole expérimental. De surcroît, pour une observation de la mobilité située

12 VASQUEZ, *Devenir l'ombre de soi-même et de l'autre. Réflexions sur le shadowing pour suivre à la trace le travail d'organisation*, Revue internationale de psychosociologie et de gestion des comportements organisationnels 2013/Supplément (HS), p.84

13 GROLEAU, *Dis-moi ce que tu écris je te dirai qui tu es. Matérialisation et visibilité du travail de recherche dans la pratique du shadowing*, Revue internationale de psychosociologie et de gestion des comportements organisationnels 2013/Supplément (HS), p. 91-107.

14 CZARNIAWSKA, « Observation on the move : shadowing », In CZARNIAWSKA, *Social Science Research, From field to desk*, chap.5, 2014, p.51.

15 VASQUEZ, *op. cit.*, p.84.

16 CZARNIAWSKA, *Observation on the move : shadowing, op.cit.*, p.54.

17 *Ibid.*, p.47.

18 VAN AMSTEL, « The ethics and arguments surrounding covert research », in VAN AMSTEL et ali. *Academic Integrity*, Cosmos Social, Vol. 4, N°1 (2013), p.21-26.

sur l'espace public dont la perspective temporelle de recueil est relativement courte, le « covert shadowing » s'avère pertinent.

La visibilité du travail de recherche dans l'espace public

Dans l'observation via le shadowing, la prise de note occupe une part importante de l'activité du chercheur. Si cette visibilité est négociée dans les études des organisations des entreprises, il en va autrement s'agissant d'observer des passants dans la rue où les outils de recherche doivent être dissimulés. Cette méthode peut attirer l'attention sur le chercheur et créer des tensions si la distance s'amenuise ou que les protagonistes se croisent à plusieurs reprises. L'enjeu pour l'observateur est de se fondre dans l'espace en arborant certains comportements et attributs du touriste, de sorte à renvoyer à autrui une image de symétrie. Ainsi le port et l'usage d'un appareil photo ou d'un smartphone, de même qu'effectuer les observations en binôme contribuent à mettre en place « une couverture » durant l'observation. Mais aussi, l'observateur doit posséder une bonne connaissance du terrain d'étude pour anticiper le parcours des observés. Suivre un couple de visiteurs durant une demie heure sans se faire remarquer impose une attitude de discrétion et l'adoption d'« une bonne distance ».

Prise de photographies et respect de la vie privée

L'usage de la photographie dans les recherches scientifiques soulève aujourd'hui des implications nouvelles. Prendre en photographie des personnes dans l'espace public pose la question du droit à l'image tel que le précise l'article 9 du Code civil : « Chacun a droit au respect de sa vie privée ». Si l'acte de photographier dans l'espace public ne peut être interdit, le droit à l'image de la personne intervient au moment de publier celle-ci. Recourir à la prise de photographies implique trois précautions : se situer dans un espace public, l'absence de cadrage restrictif, ne pas porter atteinte à la vie privée¹⁹. Depuis 2008, pour interdire la publication d'une image, la personne concernée doit prouver effectivement que la diffusion de l'image lui porte préjudice. La non identification de la personne sur l'image est déterminante et réside dans le fait que celle-ci soit floue sur l'image, de dos ou fondue dans la foule. Plus encore, il ne doit pas s'agir d'une image pouvant porter atteinte à la dignité de la personne. La diffusion commerciale de l'image nécessite obligatoirement une autorisation écrite de la personne. Aussi, le principe de base en matière de photographie est le respect de la bienséance dans les situations comme le rappelle B.Czarniawska à propos du shadowing²⁰.

A la lumière de ces considérations, nous définissons la technique du shadowing telle qu'elle a été mise en œuvre comme une observation directe non participante sans se signaler à la personne et sans son accord, sans interaction avec celle-ci, avec prise de note sur le vif ou non et le recueil ou non d'autres sources de données (photo, vidéo)²¹.

19 GAME, *Quelles autorisations pour l'utilisation d'une photographie ?*, Ethnologie française, 2007/1 (Vol. 37), p.88.

20 CZARNIAWSKA, *Shadowing: and other techniques for doing fieldwork in modern societies*, Malmö; Copenhagen Business School Press, 2007, p.118.

21 BREMBECK, HANSSON, LALANNE, VAYRE, *Life phases, mobility and consumption. An ethnography of shopping routes*, Ashgate, Farnham, 2015.

Protocole d'observation et d'analyses

Le protocole d'observation élaboré a permis, entre octobre et décembre 2014, le suivi à distance de 300 couples de visiteurs sortant de la cathédrale Sainte Cécile sur leur parcours durant 30 minutes qui suivaient. Le choix de prendre comme unité d'analyse les couples de visiteurs s'appuie sur les constatations réalisées par l'office du tourisme d'Albi qui relevait qu'en 2012 « le type de visiteur le plus représenté est le couple avec 49% des visiteurs²² ». Pour mener à bien ce recueil de terrain en utilisant le shadowing, des binômes d'enquêteurs²³ ont été formés afin de suivre chaque couple. Ils disposaient d'une grille d'observation divisée en six périodes de 5 minutes (cf. illustration 1) pour renseigner les points préétablis et consigner des notes de terrain et avaient pour obligation de prendre des photographies au moins toutes les 5 minutes.



Illustration 1 : Photographies prises durant la séquence de suivi des touristes et activité de shadowing

Figure 1 : Photographies prises durant la séquence de suivi des touristes et activité de shadowing (Source : Lalanne, 2014)

La méthode du shadowing comme outil de recueil s'inscrit dans une double perspective. D'abord, dans le cadre d'une sociologie visuelle où « l'image doit être traitée comme une donnée et comme un médium pour présenter une recherche »²⁴, le corpus photographique ainsi recueilli permet de réexaminer le matériau durant l'analyse de sorte à pouvoir « recompter plusieurs fois, contre vérifier les observations²⁵ ». Ensuite, elle permet de mener une « observation quantitative » consistant à une « massification des observations et leur mise en statistiques²⁶ » sur des objets qui peuvent être l'apparence et les équipements des touristes.

22 OFFICE DU TOURISME D'ALBI, « Comportement de la clientèle touristique à Albi », 2013. <http://www.albi-tourisme.fr/fr/comportement-de-la-clientele-touristique-a-albi.html>

23 La participation de la promotion des étudiants 2014-2015 de Licence 3 de sociologie du Centre Universitaire Jean François Champollion d'Albi a été essentielle à ce recueil massif d'observations pour cette recherche, nous tenions à les en remercier vivement.

24 LA ROCCA, *Introduction à la sociologie visuelle*, Société, n°95, 2007/1, p.38.

25 FILION, *Compter le réel. Réflexions autour de l'observation quantitative*, Terrains & travaux 2011/2 (n° 19), 2011, p.44.

26 *Ibid.*, p.38.

Pour mener ce recueil de données qualitatives et procéder à un traitement quantitatif, différentes caractéristiques des touristes et de leur activités ont été identifiées dans le souci d'éviter d'avoir à gérer « une trop grande quantité de données, souvent disparates et fragmentées qui résulte de l'usage du shadowing ²⁷ ». Pour ce faire, il a été mis en place un « observatoire » défini comme « une grille d'observation qui présente tous les attributs formels d'un questionnaire ²⁸ ». Chaque élément de l'observatoire a donné lieu à la création d'une variable sur un logiciel de traitement statistique puis les données pour chaque couple ont été saisies.

D'une définition générale du touriste à l'identification de pratiques singulières

Caractéristiques générales des visiteurs

Pour dresser le portrait des touristes sortant de la cathédrale sainte Cécile d'Albi, nous avons eu recours à plusieurs critères descriptifs pour caractériser : le rythme de la marche, les secteurs géographiques fréquentés, les équipements portés, le style vestimentaire, les activités culturelles et marchandes. Mais avant cela, commençons par caractériser la population de visiteurs à partir de leurs classes d'âge pour constater que celle-ci est une population plutôt âgée. Chez les hommes, la part des 40-60 ans est majoritaire avec 50,3%, suivie des 60 ans et plus avec 31,7%, enfin les 18-40 ans ne représentent que 18%. Chez les femmes, le constat est le même avec 52,3% entre 40-60 ans, les 60 ans et plus avec 28,3%, et les 18-40 ans avec 19,3%. Cette répartition rejoint celle mesurée par l'office du tourisme d'Albi en 2013 pour tous sexes confondus, avec 7% pour les 15-34 ans ; 42% pour les 35-54 ans ; et 51% pour les 55 ans et plus²⁹. La forte présence de couples de retraités ou proches de la retraite informe sur une forme de tourisme à forte composante patrimoniale.

Une mobilité des visiteurs marquée par un rythme lent et des arrêts fréquents

A un niveau général sur la mobilité, le rythme de marche des visiteurs est majoritairement lent avec 51,3% des couples qui adoptent un rythme lent et dans une moindre mesure modéré avec 39%. Cela révèle une volonté chez eux de découvrir ce nouvel environnement en adoptant une « mobilité incursive » en cherchant à « prendre le temps dans le parcours lui-même ³⁰ » surtout s'agissant d'une période de visite « hors saison » où les groupes de touristes sont peu nombreux.

27 VASQUEZ, *op. cit.*, p.75.

28 COCHOY, CALVIGNAC, *op. cit.*, p.100.

29 Office du tourisme d'Albi, <http://www.albi-tourisme.fr/fr/comportement-de-la-clientele-touristique-a-albi.html>

30 MONTULET, *Au-delà de la mobilité : des formes de mobilités*. In Cahiers internationaux de sociologie. 2005, n°118, p.137.

Sur le parcours de trente minutes, les couples effectuent en moyenne 7,7 arrêts avec une variation importante au sein de la population. Autre aspect à relever s'agissant de visiteurs en couple, le temps passé côte à côte durant l'observation. Majoritairement ils effectuent la visite ensemble et ne se séparent que très rarement ce qui démontre la volonté de visiter les mêmes choses et de faire le même parcours. 76,3% des couples ont passé entre 20-30 minutes ensemble (dont plus la moitié ont passé les 30 minutes ensemble), 21,4% passent entre 11-20 minutes et seuls 2,3% entre 0 et 10 minutes. La tendance principale observée est le rapprochement des couples tout au long de leur visite.

Des secteurs fréquentés concentrés autour de la cathédrale

La Cité épiscopale d'Albi est un ensemble patrimonial et architectural dense où se concentrent les monuments historiques et les sites inscrits et classés situés aux alentours du monument emblématique, la cathédrale Sainte Cécile. On peut distinguer d'une part les secteurs patrimonialisés situés à proximité immédiate de la cathédrale qui connaissent une forte fréquentation touristique, et d'autre part les secteurs marchands limitrophes largement fréquentés par la population locale. L'illustration 2 met en évidence l'attractivité du secteur de la cathédrale, point de départ du shadowing.

Taux de fréquentation des secteurs	Nombre d'édifices classés	Nombre d'édifices inscrits	Nombre de sites classés	Nombre de sites inscrits
95% Secteur B3	2 Cathédrale Sainte Cécile Palais de la Berbie	0	1	2
42% Secteur B4	0	9	0	1
39,7% Secteur C4	1 Eglise Saint Salvi	1	0	1
12% Secteur C3	0	0	0	1
5,7% Secteur A4	1 Pont-Vieux	0	0	2

Illustration 2 : taux de fréquentation des espaces patrimoniaux d'Albi.

Lecture : durant le temps de l'observation, 95% des couples de visiteurs ont fréquenté le secteur B3 où se trouvent deux des quatre monuments classés de la ville.

Figure 2 : Taux de fréquentation des espaces patrimoniaux d'Albi.

Lecture : durant le temps d'observation, 95% des couples de visiteurs ont fréquenté le secteur B3 où se trouvent deux des quatre monuments classés de la ville.

(Source : Lalanne, 2014)

Autour de ce secteur touristique, l'observation des itinéraires fait apparaître deux « couloirs marchands » où les visiteurs se mêlent aux habitants : un premier allant de la cathédrale vers la place du Vigan, lieu commercial et récréatif très fréquenté par la population locale et un second allant de la cathédrale sainte Cécile à la place Lapérouse, ouvrant sur le nouveau grand théâtre des Cordeliers. Il est possible d'affiner ces résultats en se portant sur les occurrences des lieux fréquentés durant le parcours dans le corpus. Le lieu le plus fréquemment emprunté est la place sainte Cécile (n=506). Par ordre décroissant, les autres lieux sont la rue Mariès (n=150), la rue sainte Cécile (n=149), le musée Toulouse Lautrec (n=96), l'église saint Salvy (n=89), la place de la Trébaillie (n=63), les jardins de la Berbie (n=60), la rue saint Julien (n=47), la rue Timbal (n=44), la rue de la Maîtrise (n=36), la rue de Verdusse (n=34). Parmi ces principaux lieux, certains présentent une dominante marchande et d'autres une dominante culturelle et patrimoniale. Les touristes fréquentent-ils de manière indifférenciée ces secteurs, en évitent-ils certains, en recherchent-ils d'autres ?

Les équipements portés par les visiteurs

Concernant les types de sacs portés par le couple, 23% portent un sac à dos, 76,7% ont un sac de ville, 8,3% un sac de courses. Dans le détail, les hommes majoritairement ne portent aucun sac (55,3%) quand les femmes emportent très fréquemment un sac de ville (72%), les hommes ne sont que 17% à en porter. Le sac à dos est présent chez 13,0% des hommes contre 10,3% chez les femmes. La combinaison de sac reste minoritaire tant chez les hommes (5,7%) que les femmes (7,3%). Le port de sac d'achats/de courses concerne 4% des hommes contre 2,0% chez les femmes. La logistique des visiteurs se différencie au niveau du sac de ville des femmes, confirmant leur préparation à un déplacement dans un espace urbain.

En moyenne, les couples portent 1,5 sacs. Seuls 4% des couples ne portent aucun sac, 50,7% portent un seul sac, 39% deux sacs, 6,4% entre 3 et 4 sacs. Si l'on se focalise sur le type de porter de sac de la femme, celles-ci portent principalement leur sac au buste avec 76,1%, à la main avec 12,7%, au bras pour 4,3%. Comparé à l'étude sur la logistique piétonne à Toulouse où la charge moyenne était de 0,9 sac³¹, les visiteurs d'Albi sont légèrement plus chargés, peut-être en lien avec des activités de visite et de commerce pour certains.

Au niveau de l'équipement touristique porté par les hommes, l'appareil photo constitue l'équipement principal (n=90), ensuite la carte/plan (n=44), le smartphone (n=44) et en dernier le guide touristique papier (n=18). Pour les femmes, il s'agit de l'appareil photo (n=51), du guide touristique papier (n=20), de la carte/plan (n=37), et du smartphone (n=44). Au niveau des couples, 60,7% sont équipés pour prendre des photos (appareil photo et smartphone) et 29,7% possèdent des équipements d'orientation (carte/plan).

Sur la question des équipements, 29% des couples ne possèdent aucun équipement. La plupart est en fait équipée d'un seul dispositif avec 40% (mono équipement). Porter deux équipements

31 COCHOY, CANU, CALVIGNAC, *Load story: la logistique piétonne à Toulouse*, in Mondes sociaux, mis en ligne le 1/12/2014, URL: <http://sms.hypotheses.org/3100>

concerne 20,3% des couples. Dans une proportion plus faible, porter trois équipements concerne 6% des couples et 4,3% en portent quatre ou plus. En ce qui concerne le nombre d'équipements mobilisés (parmi les couples équipés) 16,9% des couples ne mobilisent pas leur équipement. 49% mobilisent un seul équipement, 21,6% deux équipements, 8% des couples mobilisent trois équipements et enfin 4% mobilisent quatre équipements et plus. Le taux de mobilisation des équipements donne une idée de l'intensité de l'usage de ceux-ci. Les couples portant un seul équipement ont un taux de mobilisation plus élevé (75,8%) que les couples portant 4 équipements (53,8%). Cette variable technographique sera mobilisée pour discriminer les pratiques spatiales et les activités des visiteurs.

Un style vestimentaire des touristes ancré dans l'urbain.

Pour visiter Albi en période automnale, les visiteurs adoptent un vestiaire majoritairement urbain comme s'ils tenaient compte de l'implantation du site historique dans une ville moyenne. Ainsi 52% des hommes portent des vêtements de ville classiques³² contre 62,3% chez les femmes. 38,7% des hommes portent des vêtements de ville décontractés contre 29,3% chez les femmes. Enfin, 9,3% des hommes portent des vêtements de randonnée/sport comparé à 8,3% chez les femmes. Compte tenu de la forte proportion de personnes de plus de 50 ans, nous avons cherché à discriminer les styles selon les classes d'âges. Cet effet est présent uniquement chez les hommes qui adoptent un style vestimentaire différencié selon les classes d'âges³³ et non chez les femmes³⁴. Chez les hommes entre 20-30 ans la préférence va au style vêtements de ville décontractés. Quant aux 50-60 ans, ils portent moins souvent un style ville décontracté alors que les plus de 70 ans qui s'inscrivent plus fréquemment dans le style ville classique. Si les styles vestimentaires des hommes sont marqués par les générations, chez les femmes, tout se passe comme si celles-ci avaient le souci de s'adapter à l'environnement urbain du site et à ses codes, et à donner une image de soi conforme à l'espace urbain.

32 Le style « ville classique » est défini par le port de chaussures de ville. « Ville décontracté » par le port de baskets. « Randonnée/sport » par le port d'un jogging ou de chaussures de randonnées.

33 Khi2=40,3 ; ddl=10 ; Sig=0

34 Khi2=13,819 ; ddl=10 ; Sig=0,181

Les activités réalisées par les visiteurs

L'analyse des activités à partir du calcul des occurrences de la base de données fait apparaître trois types d'activités. L'activité marchande concerne par ordre décroissant la fréquentation des magasins, le lèche vitrines, la boutique de souvenirs, le restaurant et le café. L'activité culturelle est caractérisée par la prise de photographies, la cathédrale, le panneau signalétique et l'observation du paysage et de l'architecture, le musée. L'activité d'orientation se décline autour des thématiques de consultation de la carte, et de fréquentation de l'office de tourisme. Cette catégorisation des activités en trois domaines a permis de mener une analyse en termes de scores³⁵. Nos résultats montrent que les visiteurs accomplissent ces trois types d'activités avec une légère prédominance pour les visites à caractère culturel par rapport aux visites à caractère marchand. L'activité d'orientation se greffe au cours de la réalisation des autres et se situe plus en retrait. C'est à la combinaison des activités des visiteurs qu'il conviendra de s'intéresser pour comprendre ce que recouvrent les pratiques touristiques qui sont aussi des pratiques ordinaires de la ville³⁶.

Différencier les profils des visiteurs à partir des équipements et des secteurs géographiques fréquentés et des types d'activités

Un effet discriminant des variables technographiques

A un premier niveau, la variable 'nombre d'équipements portés' (cf. illustration 3) par le couple révèle une influence significative sur la fréquentation de certains secteurs du centre ville³⁷ marquant une polarisation des touristes. Les couples multi-équipés fréquentent plus souvent les lieux patrimonialisés tel l'espace panoramique surplombant le Tarn et révélant une paysage urbain remarquable avec le pont du XI^e siècle et les berges du Tarn alors que les couples n'ayant aucun équipement n'y vont pas. En revanche, les secteurs relevant du couloir marchands vers la place du Vigan sont plus fréquemment empruntés par les couples qui n'ont aucun équipement, secteurs qui au contraire repoussent les couples multi-équipés.

35 La méthodologie des scores a été la suivante : à chaque période de l'itinéraire, pour chaque arrêt associé à une catégorie (culturel, marchand, orientation), un point était attribué à chaque fois que l'activité était consignée dans la grille d'observation.

36 CERTEAU (de), *L'invention du quotidien*, Paris, Gallimard, 1990.

37 $\text{Khi}^2=18,82$; $\text{ddl}=2$; $\text{Sig}=0$

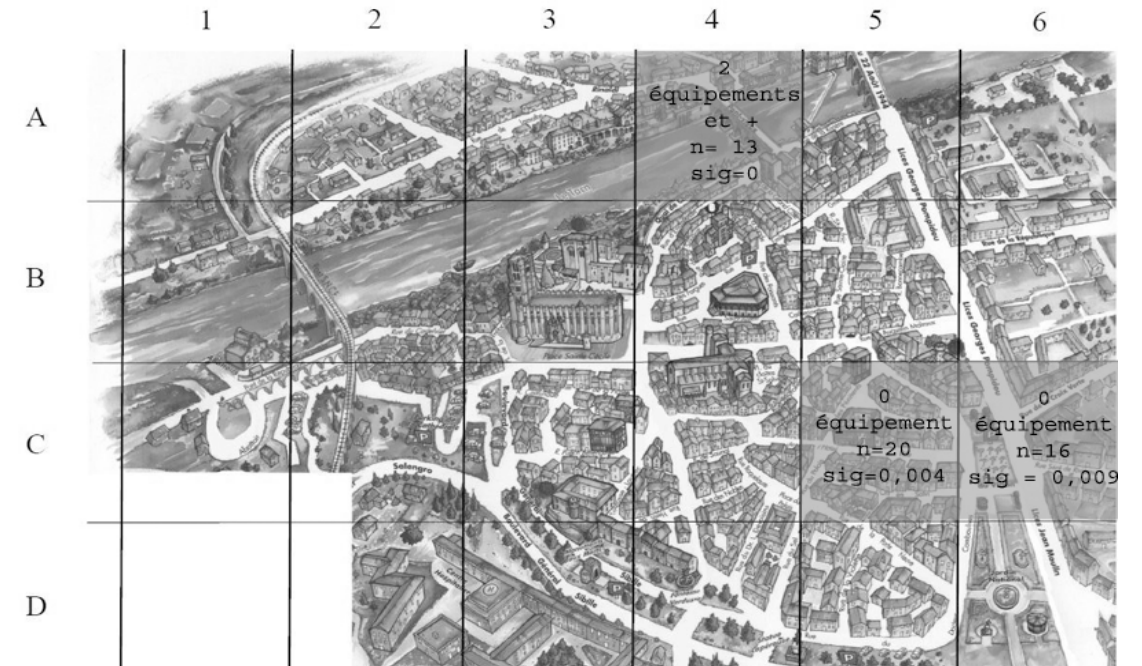


Illustration 3 : Carte représentant les secteurs sur fréquentés selon le niveau d'équipement des touristes.

Figure 3 : Carte représentant les secteurs sur fréquentés selon le niveau d'équipement des touristes (Source : Lalanne, 2014)

Pour vérifier l'impact de la variable technographique, nous avons recherché si le fait de posséder un équipement photographique (incluant un appareil photographique numérique et/ou un smartphone, cf. illustration 4) se révélait discriminant sur les activités spatiales. Il ressort que les couples disposant d'un équipement photographique se différencient des visiteurs non équipés en fréquentant plus souvent les secteurs patrimonialisés à l'architecture moyenâgeuse (quartier Castelnau) et confirmation la forte attractivité du pont Vieux. En revanche, les couples non équipés se dirigent vers les secteurs plus commerçants comme celui de la place du Vigan qui ne sont pas fréquentés par les couples disposant de cet équipement. Les couples équipés montrent un appétit pour les zones plus confidentielles alors que les non équipés se situent dans une démarche urbaine plus récréative et marchande.

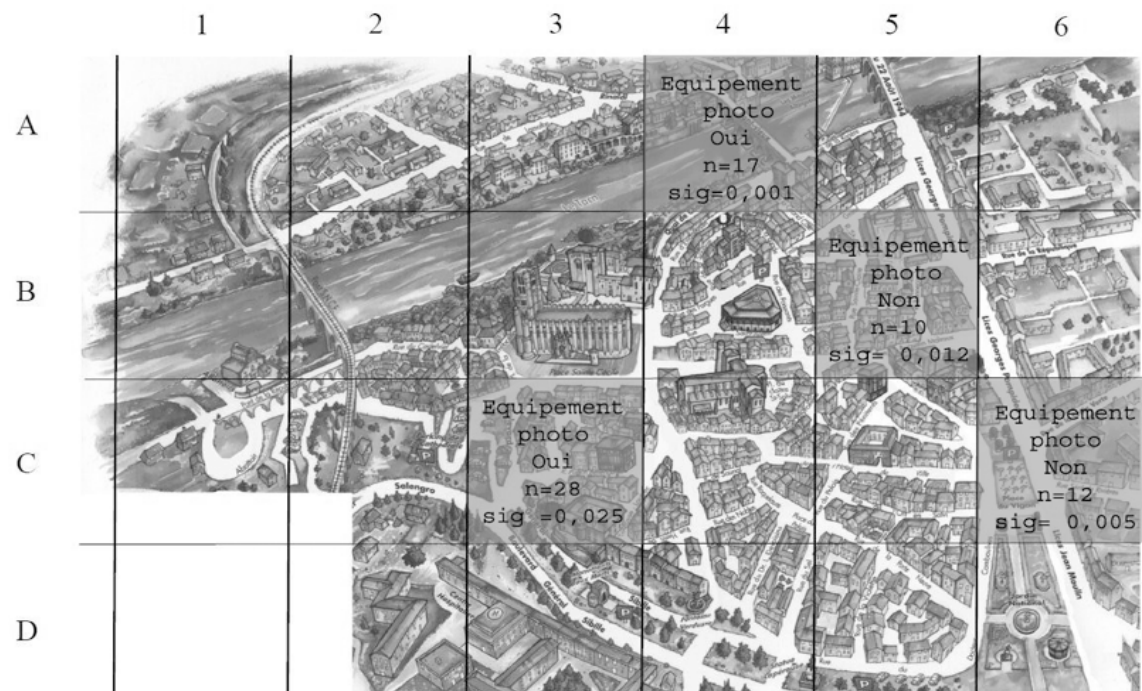


Illustration 4: Carte représentant les secteurs sur fréquentés selon la possession d'un équipement photographique.

Figure 4 : Carte représentant les secteurs sur fréquentés selon la possession d'un équipement photographique (Source : Lalanne, 2014)

De façon plus spécifique, le fait de prendre des photographies durant le parcours fait apparaître deux types de secteurs différenciés (cf. illustration 5). Ainsi les couples prenant des photos sur le parcours fréquentent plus souvent des secteurs présentant un intérêt patrimonial plus discret (pas de monument) et fréquentent peu souvent les secteurs proches de la place du Vigan comportant de nombreux commerces. A l'inverse, les non équipés se caractérisent par la non fréquentation des secteurs patrimonialisés et affichent des préférences pour les secteurs à vocation récréative et commençante, délaissés par les couples équipés. L'usage d'un équipement photographique différencie nettement les couples qui ne vont pas fréquenter les mêmes secteurs géographiques marquant un ancrage dans des lieux culturels pour les visiteurs photographes et dans des lieux marchands pour les visiteurs non équipés.

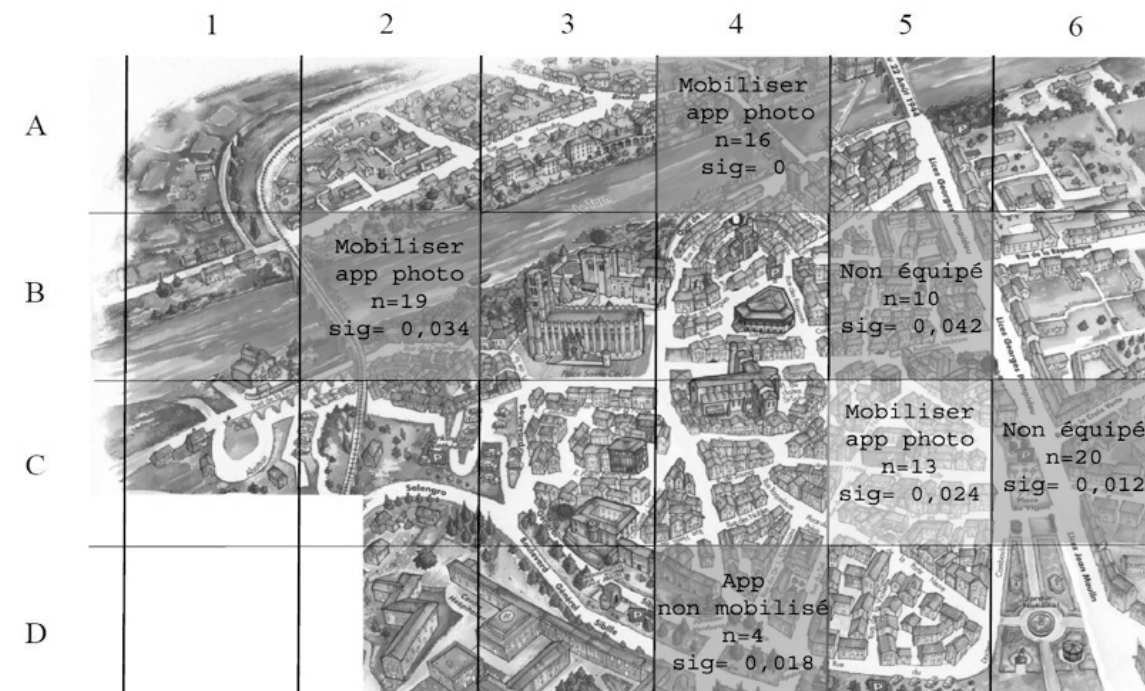


Illustration 5: Carte représentant les secteurs fréquentés selon la mobilisation d'un équipement photographique.

Figure 5 : Carte représentant les secteurs sur fréquentés selon la mobilisation d'un équipement photographique (Source : Lalanne, 2014)

Les effets discriminants des variables technographiques sur les types d'activités

Le nombre d'équipements portés par le couple exerce une influence significative sur le score total en matière d'activités culturelles³⁸. Ainsi les couples non équipés ont plus fréquemment un score culturel nul voire faible. Les couples possédant un seul équipement affichent un score élevés. Les couples multi-équipés obtiennent plus fréquemment un score culturel élevé. Pour les activités marchandes³⁹, les couples non équipés sont plus fréquemment représentés dans un score marchand très élevé. Ils se différencient ainsi des couples multi-équipés qui ont plus fréquemment un score nul. Pour les activités d'orientation⁴⁰, les couples non équipés ont plus fréquemment un score d'orientation nul, ce qui est principalement lié au fait qu'ils ne disposent d'aucun équipement avec eux. Les couples multi-équipés sont plus fréquemment présents dans les scores d'orientation faibles, ce qui peut représenter un paradoxe lors d'un parcours sur un lieu de découverte.

38 Khi2=48,624 ; ddl=6 ; Sig=0

39 Khi2=24,571 ; ddl=6 ; Sig=0

40 Khi2=39,455 ; ddl=6 ; Sig=0

Conclusion

Dans cet article nous avons montré d'une part que la technique du shadowing se révélait pertinente pour mener une observation qualitative et quantitative sur les activités touristiques en recueillant différentes informations permettant d'identifier les visiteurs du centre historique d'Albi. D'autre part que les « variables 'technographiques' » recouvrant les équipements touristiques se sont montrées particulièrement discriminantes en termes de compréhension des activités réalisées et des lieux fréquentés, et permettent d'établir, toutes proportions gardées, deux profils de visiteurs.

Le premier profil est composé de couples sans équipement touristique qui s'orientent vers les activités marchandes et « se montrent attentifs aux vitrines, parce que soucieux de trouver des biens marchands ou plus disposés à se laisser surprendre, disperser et capter par les dispositifs du marketing ⁴¹». Le second profil est celui des couples équipés affichant une préférence pour les activités culturelles. La possession des équipements, qui implique leur préparation en amont de la visite, constitue une propension à explorer des espaces plus patrimonialisés comme si ces objets contribuaient à entretenir « un rapport curieux aux choses »⁴², les amenant à pratiquer un tourisme plus culturel que marchand. Si l'approche du shadowing semble donner une explication prépondérante au rôle des équipements touristiques plus qu'aux motivations des visiteurs, elle présente une double originalité. Celle de pouvoir objectiver des catégories d'analyses pour penser ce qu'est un touriste et ce que sont ses activités et celle d'observer les activités spatiales au moment où elles se réalisent sans en modifier le déroulement.

41 CANU, COCHOY, *Places et déplacements : une archéologie statistique de la logistique piétonne* (Toulouse, XXe-XXIe siècles), Flux 2012/2, n°88, p.28.

42 COCHOY, *op. cit.*, p.19.

Bibliographie

BREMBECK Helene, HANSSON Niklas, LALANNE Michèle, VAYRE Jean Sébastien, *Life phases, mobility and consumption. An ethnography of shopping routes*, Ashgate, Farnham, 2015.

CALVIGNAC Cédric, FIJALKOW Ygal, JALAUDIN Christophe, LALANNE Michèle, MARTIN Elsa, 2014, *De l'encadrement des itinéraires touristiques. Étude sociologique du parcours des visiteurs d'Albi*, Livret de recherche, Albi, 2014.

CANU Roland, COCHOY Franck, *Places et déplacements : une archéologie statistique de la logistique piétonne (Toulouse, XXe-XXIe siècles)*, Flux 2012/2, n°88, 2012, p.19-33.

CERTEAU (de) Michel, *L'invention du quotidien*, Paris, Gallimard, 1990.

COCHOY Franck, *Sociologie d'une curiosité*, Le bord de l'eau, Lormont, 2011.

COCHOY Franck, CANU Roland, CALVIGNAC Cédric, *Load story: la logistique piétonne à Toulouse*, in *Mondes sociaux*, mis en ligne 1/12/2014, URL: <http://sms.hypotheses.org/3100>

CZARNIAWSKA Barbara, *Shadowing: and other techniques for doing fieldwork in modern societies*, Malmö, Sweden; Herndon, VA: Oslo, Copenhagen Business School Press, 2007.

CZARNIAWSKA Barbara, « Observation on the move: shadowing », in Barbara CZARNIAWSKA, *Social Science Research. From field to desk*, chapter 5, Sage, Londres, 2014.

FILION Normand, *Compter le réel. Réflexions autour de l'observation quantitative*, *Terrains & travaux*, 2011/2 (n° 19), 2011, p.43-44.

GAME Valérie, *Quelles autorisations pour l'utilisation d'une photographie ?*, *Ethnologie française*, Vol. 37, 2007, p. 87-88.

GROLEAU, *Dis-moi ce que tu écris je te dirai qui tu es. Matérialisation et visibilité du travail de recherche dans la pratique du shadowing*, *Revue internationale de psychosociologie et de gestion des comportements organisationnels*, Supplément n°48 (HS), 2013, p.91-107.

KUSENBACH Margarethe, *Street phenomenology. The go-along as ethnographic research tool*, *Ethnography*, vol. 4 (3), 2003, p.455-485.

LA ROCCA Fabio, *Introduction à la sociologie visuelle*, *Société*, n°95, 2007/1, p.33-40.

MCDONALD Seonaidh, *Studying actions in context: A qualitative shadowing method for organizational research?*, *Qualitative Research*, 2005/4, p.455-473.

MONTULET, Bertrand, *Au-delà de la mobilité : des formes de mobilités*, In *Cahiers internationaux de sociologie*, n°118, 2005 p.137-159.

THIBAUD Jean-Paul (2001), « La méthode des parcours commentés », in Grosjean M., Thibaud J.P.(dir.), *L'espace urbain en méthodes*, Editions Parenthèses, Marseille, p.79-99.

URBAIN Jean-Didier. *L'idiot du voyage : Histoires de touristes*. Paris, Petite bibliothèque Payot, 2002.

VAN AMSTEL Huib, « The ethics and arguments surrounding covert research », in VAN AMSTEL et ali. *Academic Integrity*, *Cosmos Social*, Vol. 4, n°1, 2013, p.21-26.

VASQUEZ Consuelo, *Devenir l'ombre de soi-même et de l'autre*, *Réflexions sur le shadowing pour suivre à la trace le travail d'organisation*, *Revue internationale de psychosociologie et de gestion des comportements organisationnels*, Supplément n°48 HS, 2013, p. 69-89.

Projet TourinFlux : Apport des Technologies du Web Sémantique pour la Gestion des Données du Tourisme

Soualah-Alila Fayrouz,
Laboratoire L3I, Université de la Rochelle
fayrouz.soualah-alila@univ-lr.fr

Coustaty Mickaël,
Laboratoire L3I, Université de la Rochelle
mickael.coustaty@univ-lr.fr

Faucher Cyril,
Laboratoire L3I, Université de la Rochelle
cyril.faucher@univ-lr.fr

Wannous Rouaa
Laboratoire L3I, Université de la Rochelle
rouaa.wannous@univ-lr.fr

Résumé :

Le tourisme représente aujourd'hui l'un des secteurs d'activité le plus important puisqu'il génère de nombreuses retombées économiques et stimule plusieurs autres secteurs d'activités. Dans un secteur aussi important, la maîtrise des données devient fondamentale : donner une visibilité sur l'activité touristique d'un territoire (une ville, un département, une région...), connaître les profils des visiteurs, les flux, pouvoir anticiper les comportements et adapter l'offre touristique en conséquence, tels sont les défis auxquels sont confrontés les différents acteurs privés et les pouvoirs publics. Or, le secteur du tourisme est caractérisé par un fort afflux de données, souvent complexes, hétérogènes et fortement dynamiques. Dans ce contexte, l'industrie du tourisme doit s'adapter pour mieux gérer, d'une part les données touristiques internes, et d'autre part les données externes disponibles sur le Web. Afin de répondre aux exigences aussi bien d'ordre qualitatives que quantitatives des données, l'exploitation des technologies du Web sémantique permet de répondre aux verrous de l'hétérogénéité des sources d'information et de manipulation de volumes élevés de données en ligne. La gestion de diverses données touristiques sémantiquement annotées est facilitée par l'utilisation des ontologies qui fournissent des méthodes et des standards permettant un accès plus intelligent aux données. L'objectif de ce papier est de décrire de façon synthétique comment l'information touristique est gérée dans le cadre du projet TourinFlux. Dans cet article, une architecture pour la gestion des données touristiques est décrite. Cette architecture permet de résoudre plusieurs verrous technologiques : l'hétérogénéité, la qualité, l'interopérabilité, la réutilisation et la standardisation.

Mots-clés : TourinFlux, TourInFrance, TIFSem, Ontologie, Schema.org, Mapping, TimeML, SentiML.

Introduction

Le tourisme est considéré comme une industrie à forte production de données et un domaine très dynamique où l'information joue un rôle important pour la prise de décision (Inkpen, 1998). En effet, aujourd'hui dans un monde en constante évolution, beaucoup de données liées au tourisme sont produites. Ceci est principalement dû à la forte numérisation du secteur. D'une part, un nombre croissant d'opérations d'achats de produits touristiques (nuits d'hôtels, visites de sites...) se fait par Internet, grâce la démocratisation des services comparatifs dédiés au tourisme, comme par exemple, Kayak, Booking, TripAdvisor et Yelp. D'autre part, les touristes ont une tendance naturelle à partager leurs opinions et à décrire leurs expériences et comportements sur le Web. En même temps, de plus en plus de données sont générées par les capteurs, les téléphones mobiles et les objets connectés.

Ces données qui sont de type Big-Data sont des sources extrêmement riches d'informations. La plupart de ces données pourraient être collectées et utilisées par les décideurs politiques afin d'affecter efficacement les fonds publics pour accroître la fréquentation touristique d'un territoire et augmenter la satisfaction des visiteurs et par conséquent rendre leur territoire plus attractif. Seulement ces données sont la plupart du temps non utilisées ou exploitées d'une manière inefficace en raison d'un manque d'outils appropriés. Il devient alors de plus en plus difficile pour les décideurs d'orienter leurs décisions en vue de donner une bonne visibilité à leur territoire, et d'analyser les avis et la vision des visiteurs. On peut déjà identifier deux principaux problèmes qui émergent lors de la gestion des données touristiques : la massivité des données et leur hétérogénéité.

La massivité se traduit par un accroissement constant et considérable des données à traiter suite à l'émergence de nouveaux usages de ces données principalement induits par le développement du Web. Les données touristiques sont aujourd'hui massivement produites par différents experts (agences de voyages, offices de tourisme...) mais aussi par les visiteurs, constituant ainsi des données sémantiquement hétérogènes, souvent incomplètes et inconsistantes. Ces données peuvent être composées d'informations reliées à des objets touristiques (hôtels, restaurants, événements...), d'informations temporelles ou encore d'informations sur les avis des visiteurs. L'explosion du nombre de ces informations accessibles via le Web multiplie les besoins en techniques d'intégration de sources de données autonomes et hétérogènes. L'intégration des données est le processus par lequel plusieurs sources de données autonomes, réparties et sous forme hétérogène (où chaque source est associée à un schéma local) sont intégrées sous forme de source unique représentée par un schéma global. Il existe déjà différentes taxonomies et catalogues conçus et utilisés par les experts du tourisme pour les aider à gérer en interne des données hétérogènes. Les efforts sont aujourd'hui centrés sur la proposition d'une norme pour faciliter l'intégration et l'échange des données internes, mais aussi des données externes (hétérogènes) accessibles sur le Web.

D'un autre côté, les données embarquées dans les pages Web sont à l'origine conçues pour être compréhensibles par l'homme, elles sont pour la plupart conservées dans de grandes collections de documents textuels. Face à la croissance intensive du Web en taille et en complexité, le besoin d'automatiser des tâches telles que la recherche de données pertinentes, l'extraction et l'interprétation, se fait ressentir. Dans ce contexte, de nombreux verrous sont à lever à la fois pour la collecte la plus large possible d'informations sur le Web, la normalisation de ces informations (qu'elles proviennent de l'intérieur ou de l'extérieur), l'analyse, la manipulation, l'échange entre organismes et les interfaces homme-machine correspondantes.

Les nouvelles technologies du Web sémantique offrent des solutions prometteuses à ces différents verrous, solutions devenues aujourd'hui un atout majeur pour l'industrie du tourisme. Le Web sémantique consiste en l'application d'un ensemble de standards promus par le W3C¹, permettant d'identifier, modéliser, encoder et interroger de gros volumes de données. Le Web sémantique réclame par définition de construire des ontologies permettant, par leur caractère formel, d'automatiser un certain nombre de tâches liées principalement à la recherche d'informations, à la classification et au partage. Dans le cadre de notre travail de recherche, nous pouvons déjà aborder deux cas d'usages de cette nouvelle technologie:

1. Mettre en place une stratégie de modélisation et de recherche d'informations touristiques adaptées aux besoins des professionnels du tourisme;
2. Publier des informations touristiques d'une façon plus riche, et en améliorer l'indexation par les principaux moteurs de recherche du Web.

Le projet TourinFlux², sélectionnée dans le cadre de l'appel à projets Big-Data du Fonds National pour la Société Numérique et financé dans le programme d'investissements d'avenir, rassemble deux entreprises, une association d'entreprises et le laboratoire L3i³ de l'Université de la Rochelle, et est réalisé en partenariat avec plusieurs acteurs du tourisme de France. Ce projet vise à apporter aux acteurs du tourisme (d'abord les institutionnels mais aussi les acteurs privés) un ensemble d'outils leur permettant de gérer à la fois leurs données internes et les informations disponibles sur le Web afin de mieux comprendre comment un territoire est perçu et de mieux agir sur cette perception.

1 <http://www.w3.org/>
 2 <http://tourinflux.univ-lr.fr/>
 3 <http://l3i.univ-larochelle.fr/>

Les outils actuellement à disposition des institutionnels du tourisme sont insuffisants pour répondre à ce besoin du fait des problèmes de collecte, d'analyse, de manipulation et d'échange d'informations réalisés de manière beaucoup trop artisanale.

La plateforme du projet TourinFlux rentre dans le cadre de ce contexte où elle répond à un besoin élémentaire qui est de proposer des tableaux de bord adaptatifs aux institutionnels du tourisme qui permettent d'exploiter:

- Les informations concernant les offres touristiques;
- Les informations à propos des visiteurs (fréquentations, profils des visiteurs, mouvements des visiteurs, avis des visiteurs, préférences des visiteurs...);
- Les informations relatives aux entreprises (activités, services, effectifs, horaires...).

Un tableau de bord touristique est un ensemble d'indicateurs de gestion, construit périodiquement, pour un acteur touristique ou un groupe d'acteurs touristiques. Ces tableaux de bord permettent aux institutionnels du tourisme, quelle que soit leur taille, à travers d'exploitation de données enrichies issues des systèmes d'information touristiques (SIT) et du Web, de visualiser et interpréter l'information disponible par rapport à leur territoire dans l'objectif de prendre des décisions plus efficaces.

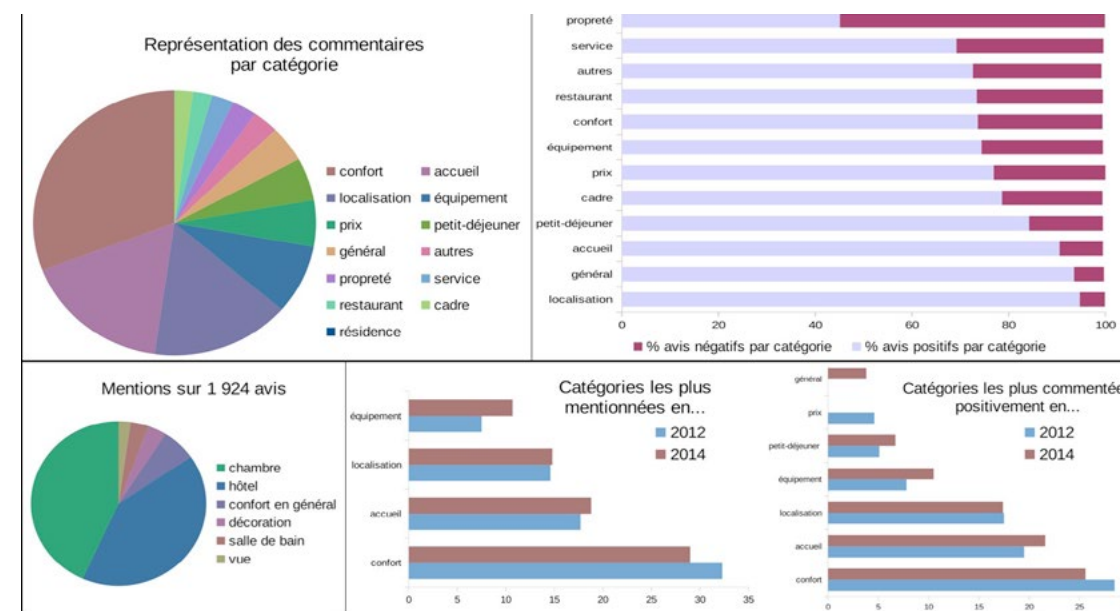


Figure 1 : Exemple de tableau de bord

(Source : Soualah-Alila, Coustaty, Faucher, Wannous, 2014)

La Figure 1 illustre un exemple de tableau de bord extrait d'un rapport d'information socio-touristique (TourinFlux, 2015).

Nous considérons qu'un tableau de bord touristique est comme un :

- Un instrument de contrôle et de comparaison: il permet par exemple de suivre les évolutions des offres touristiques et les fréquentations;
- Un outil d'aide à la décision: il communique des informations les plus pertinentes sur la situation d'une activité touristique, ainsi la connaissance des points critiques doit être obligatoirement complétée par une analyse des causes de ces phénomènes et par la mise en place des actions aptes à améliorer le changement dans un territoire;
- Un outil de communication: il assure une communication permanente entre les différents acteurs et entre les différents niveaux hiérarchiques;
- Un instrument de veille permettant de déceler les opportunités et risques nouveaux, par exemple l'estimation anticipée d'accueil de nouveaux visiteurs sur un territoire.

Aujourd'hui en France, nous pouvons distinguer quatre principaux éditeurs intentionnels de tableaux de bord : les Offices de Tourisme (OT), les Comités Départementales du Tourisme (CDT), la Direction Générale des Entreprises (DGE), l'Institut National de la Statistique et des Etudes Economiques (Insee) et Atout-France. Chacun de ces éditeurs a développé indépendamment diverses méthodes pour évaluer un territoire, et malgré tous les efforts réalisés jusqu'ici dans l'élaboration de leurs propres tableaux de bord, ceux-ci restent insuffisants pour atteindre les objectifs décrits ci-dessus. En effet (1) ils ne sont pas assez représentatifs de l'activité touristique d'un territoire. Ils sont la plupart du temps focalisés sur les hébergements (offres et fréquentations), mais ne s'attardent pas trop sur les avis et les préférences des visiteurs qu'on peut retrouver sur le Web et qui permettraient d'anticiper une bonne conduite pour le développement des activités touristiques; (2) ils sont limités au niveau du territoire où ils sont développés. En effet il est impossible de générer des tableaux de bord à tous les niveaux hiérarchiques (département, région, national...) ou de faire une comparaison entre les territoires, car les SIT ne sont pas complètement homogènes. Pour l'élaboration des tableaux de bord riches, il est nécessaire d'exploiter le maximum d'informations touristiques afin de refléter une image fidèle du potentiel touristique d'un territoire.

Ce papier décrit les premiers résultats obtenus dans le cadre du projet TourinFlux. Une architecture nommée DataTourism pour la gestion des données touristiques est décrite. Cette architecture est articulée autour d'une ontologie de domaine du tourisme qui permet de résoudre plusieurs verrous technologiques: l'hétérogénéité, la qualité, l'interopérabilité, la réutilisation et la standardisation. Dans la section 2 nous décrivons quels sont les données touristiques et les sources qui nous intéressent et nous décrivons les limites des systèmes existants. La section 3 est dédiée à la description de l'architecture DataTourism

pour l'agrégation de données touristiques à partir de différentes sources. Finalement, la section 4 vient conclure ce papier.

e-tourisme : sources et types de données

Sources et types de données touristiques

L'industrie du tourisme est par nature fortement basée sur l'échange de données. Dans la dernière décennie, de plus en plus de données sont devenues disponibles pour la recherche et le développement. Ces données proviennent de sources différentes. Les principales sources de données touristiques qui sont à considérer comme une partie de ce projet sont les données disponibles dans les différents SIT, les données disponibles sur le Web et les données Open Data. Ces données pourraient être composées (1) d'informations relatives à des objets touristiques (hôtels, concert, restaurant, etc.); (2) d'informations temporelles; et (3) d'opinions.

Notre architecture DataTourism permet de générer des tableaux de bord dynamiques en passant par quatre grandes phases: (1) l'intégration des informations relatives à des objets touristiques dans le système; (2) l'annotation des informations temporelles et d'opinions dans les pages Web; (3) l'enrichissement des objets touristiques par les informations annotées, et enfin; et (4) la génération dynamique de tableaux de bord. Toutes les composantes qui sont utilisées dans chaque phase sont illustrées par la Figure 2.

Les sections suivantes décrivent brièvement comment les objets touristiques sont modélisés et comment les informations temporelles et d'opinions sont annotées dans les pages Web, de manière à compléter la description des objets touristiques.

Modélisation des objets touristiques - limites actuelles

L'interopérabilité des SIT est un défi majeur pour le développement du tourisme. Plusieurs initiatives institutionnelles nationales, européennes et internationales ont proposé différentes normes pour répondre aux besoins spécifiques des professionnels du tourisme, mais aucune norme internationale n'a été définie avec succès jusqu'à aujourd'hui (World Tourism Organization, 2004). En France, les acteurs du tourisme institutionnel ont créé la norme TourInFrance (TIF) en 1999 afin de faciliter l'échange de données touristiques. La plupart des SIT comme Raccourci⁴, TourinSoft⁵ et Sitra⁶, ont adopté TIF

4 <http://www.raccourci.fr/>

5 <http://www.tourinsoft.com/>

6 <http://www.sitra-tourisme.com/>

au début des années 2000. La norme est aujourd'hui utilisée par plus de 3000 offices de tourisme en France, par les Comités Départementales du Tourisme et par différents tours opérateurs, pour faciliter l'échange de données entre ces acteurs. En 2004, le Groupe Technique TourInFrance (GTTIF) a approuvé la nouvelle version de la norme, TIF V3. Dans cette version, la norme a évolué vers un format XML pour faciliter la publication d'informations sur le Web et l'échange d'informations entre les systèmes et a été enrichi par plusieurs thésaurus. Depuis 2005, cette norme a cessé d'évoluer. En conséquence, les professionnels du tourisme ont adapté la norme à leurs propres besoins (nouveaux tags ajoutés, différentes syntaxes...) et ont proposé chacun leur propre évolution d'une manière inorganisée. Avec l'évolution des technologies du Web et la démocratisation de l'Open Data, cette norme est devenue obsolète et les TIS ont perdu leur inter-compatibilité et ne peuvent plus se partager directement leurs données. Enfin, en l'absence de normes internationales, les informations touristiques restent piégés dans leur propre territoire, il est donc compliqué d'agréger ces informations (Bittner et al., 2005).

En nous basant sur ce constat, nous présentons dans la section suivante un nouveau type de système pour la gestion des données touristiques. Le défi confronté dans ce papier impose deux restrictions majeures. Premièrement, le système conçu doit être capable de modéliser et de structurer des connaissances du domaine du tourisme et ceux du domaine du langage naturel, tout en étant interconnecté avec les systèmes sémantiques existants. Deuxièmement, ce système doit être capable de traiter de gros volumes de données comme les données d'opinion qui sont produites chaque jour sur le Web. Nous proposons donc d'utiliser une combinaison entre des langues d'annotation dédiés pour être en mesure de traiter rapidement de gros corpus, avec les ontologies comme modèle définie de façon claire, abstraite et accepté par toute la communauté du tourisme pour structurer les données et assurer leurs inter-compatibilité. Enfin, ce système peut être facilement lié aux technologies du Web sémantiques afin de faciliter la production de tableaux de bord et l'échange de données.

Organisation générale de la plateforme proposée

Vue d'ensemble de la plateforme

Afin de surmonter les limites présentées précédemment, nous proposons de faire évoluer la norme de TourInFrance pour lui permettre de partager les connaissances qu'elle renferme et également assurer l'interopérabilité des données. Notre plateforme s'articule autour d'un modèle ontologique afin de représenter la terminologie standard du domaine. Ce modèle,

initié et validé sur des données françaises, s'appuie sur des outils et une méthodologie issue de la communauté du Web sémantique et est compatible avec l'ensemble des données internationales. Ainsi, toutes les composantes technologiques restent génériques et peuvent être facilement adaptées à d'autres cas d'utilisation.

Le choix d'un modèle basé sur des ontologies repose sur leur capacité à spécifier explicitement une conceptualisation (Gruber, 1993), ou plus exactement, à spécifier dans un langage formel les concepts d'un domaine et leurs relations de manière concrète tout en assurant une expressivité assurée au travers d'un vocabulaire partagé (Hirst, 2004). Ainsi, la définition d'une base sémantique commune facilite les échanges et réduit les goulots d'étranglement liés à l'interopérabilité des systèmes (Fodor et Werthner, 2005), tout en assurant une intégration de données hétérogènes. Enfin, l'évolutivité de ce type de systèmes permettra l'insertion de nouvelles données non structurées.

Plusieurs travaux se sont ainsi intéressés à ce sujet dans le domaine du tourisme. Plusieurs ontologies du tourisme sont disponibles et montrent l'intérêt de ce modèle, par exemple : OTA-Open Travel Alliance (OTA, 2000), l'ontologie Harmonise (Dell'Erba et al., 2002), l'ontologie Hi-Touch (Legrand, 2004), l'ontologie QALL-ME (Ou et al., 2008), le catalogue Tourpedia (Cresci et al., 2014), etc. L'inconvénient majeur de ces modèles repose sur le fait qu'ils se concentrent chacun sur des éléments spécifiques du domaine du tourisme, mais aucun d'eux ne traite de l'ensemble du domaine. Aucune vision d'ensemble des données n'est donc possible, ce qui limite les informations à extraire pour la génération de tableaux de bord complets d'un territoire. En l'état actuel, et à notre connaissance, aucune ontologie unique n'existe pour pallier ce problème.

Comme le montre la Figure 2, l'organisation générale de la norme proposée repose sur une structure modulaire qui est en fait composé de trois éléments principaux:

1. Une évolution de TIF en TIFSem afin de stocker des données touristiques dans un format compatible avec les technologies du Web sémantique afin de faciliter le partage et la recherche de données;
2. Une évolution de la norme TimeML afin de l'adapter aux spécificités des données temporelles;
3. Une évolution de la norme SentiML afin d'être en mesure de traiter les données d'opinion.

Le modèle de données du tourisme que nous proposons possède donc l'avantage de pouvoir intégrer des données hétérogènes tout en assurant leur manipulation et l'extraction de connaissances.

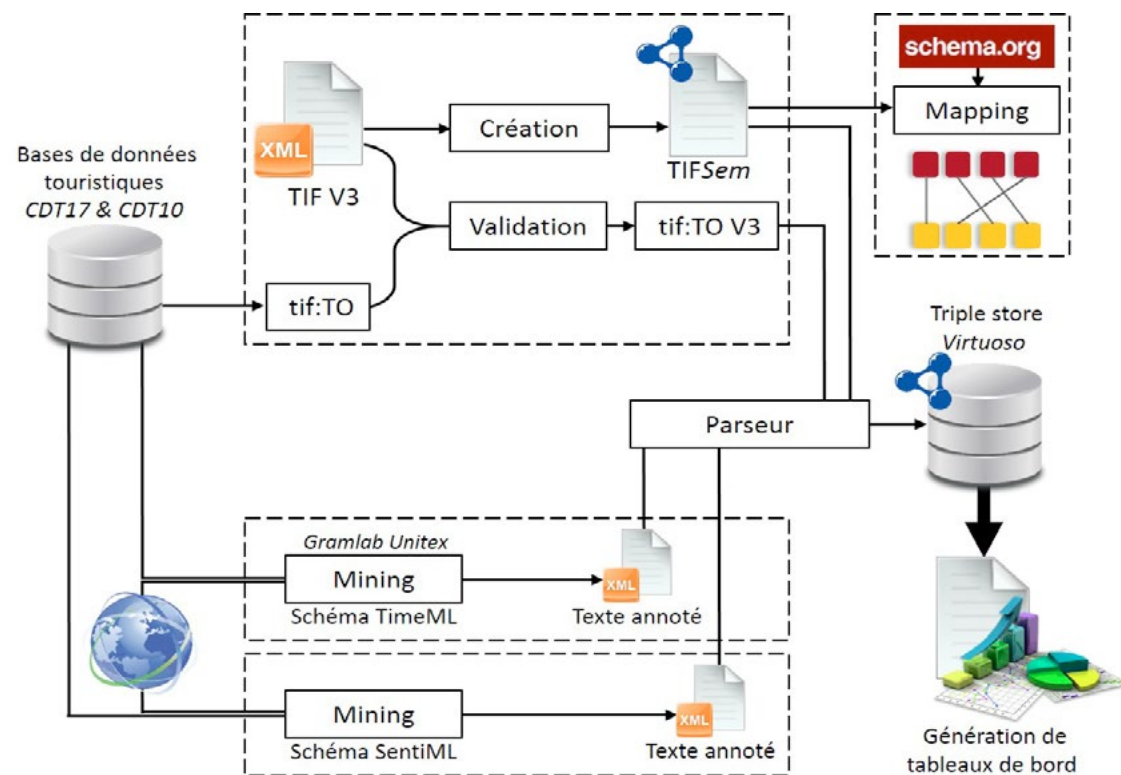


Figure 2. Architecture générale de DataTourism

(Source : Soualah-Alila, Coustaty, Faucher, Wannous, 2014)

Norme pour les données touristiques

Comme mentionné précédemment, aucune norme internationale n'existe aujourd'hui pour échanger des données sur le tourisme et raisonner dessus. La norme que nous proposons doit être en mesure d'offrir deux types de services (l'extraction des connaissances et le raisonnement, et le partage des connaissances), et de traiter des informations hétérogènes (informations textuelles, position GPS, informations sur la météo, informations temporelles...). Une solution est proposée, combinant une ontologie pour la structuration et le raisonnement, avec une formalisation suivant Schema.org⁷ internationalement reconnu pour sa capacité à partager et à diffuser des connaissances sur le Web.

⁷ <https://schema.org>

La première partie du modèle, une ontologie nommée TIFSem (TourInFrance Sémantique) est proposée pour décrire d'une manière globale les objets touristiques en mixant des sources hétérogènes (Soualah-Alila et al., 2015). Nous avons choisi de reconcevoir la norme TIF en TIFSem à des fins de raisonnement. Une ontologie de domaine du tourisme permet d'implémenter des mécanismes de raisonnement déductifs, de classification automatique, de recherche d'information, et permet d'assurer l'interopérabilité entre les SIT. Ce modèle permet aussi d'enrichir l'information touristique pour d'un côté proposer des parcours touristiques personnalisés et adaptées aux préférences des visiteurs, et d'un autre côté, du point de vue des experts en tourisme, d'analyser et de mieux gérer les données en ligne sur leur territoire. Comme les tableaux de bord de tourisme nécessitent une analyse d'une grande quantité de données, les moteurs de raisonnement peuvent conduire à de meilleurs indicateurs (par exemple pour faire du profilage touristique basé sur le comportement des visiteurs dans une zone, en utilisant un ensemble simple de règles métier).

Afin d'élaborer l'ontologie TIFSem, nous avons échangé avec différents acteurs du tourisme afin de collecter l'ensemble des concepts et les données spécifiques au domaine. Nous avons travaillé avec des sources provenant du Comité Départemental du Tourisme de la Charente Maritime⁸ (CDT17) et du Comité Départemental du Tourisme de l'Aube⁹ (CDT10). Nous sommes également en train d'étendre l'ontologie TIFSem en rassemblant des ressources provenant de plusieurs autres fournisseurs de services touristiques en France et à l'International.

Notre deuxième objectif est de veiller à ce que TIFSem soit compatible avec les nouveaux formats de publication des données sur le Web. Vu que TIF est incapable de partager facilement et interagir avec les normes mondiales du Web, nous proposons d'enrichir l'ontologie TIFSem avec le modèle Schema.org. Schema.org est un effort conjoint par Google, et un certain nombre d'autres moteurs de recherche comme Bing et Yahoo. Ce Schéma a été initié il y a quelques années pour essayer d'obtenir plus d'informations sémantiques sur les pages Web. Il préconise essentiellement aux propriétaires de contenu de penser comme les programmeurs en créant des propriétés héritées qu'une machine peut comprendre et se rapporter dessus si c'est indiqué sur votre site Web correctement. En d'autres termes, Schema.org fournit un vocabulaire pour ajouter de l'information au contenu HTML avec un format de micro-données, favorisant le référencement par les grands moteurs de recherche. Lorsque ces micro-données sont utilisées dans une page Web, les moteurs de recherche peuvent mieux interpréter le sens de ses ressources (texte, image, vidéo...) (Toma et al., 2014).

⁸ <http://www.charente-maritime.org/>

⁹ <http://www.aube-champagne.com/>

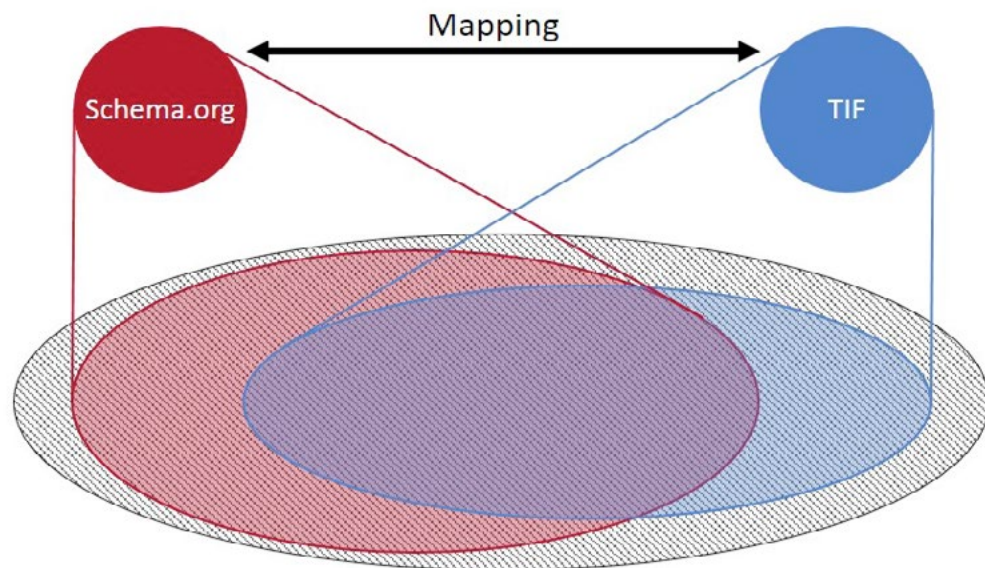


Figure 3. Mapping Schema.org/TIF

Dans le contexte de notre travail, nous proposons de correspondre les termes de TIFSem avec les termes de Schema.org en utilisant des relations sémantiques (Figure 3). De plus, en travaillant avec la communauté Schema.org, nous avons l'intention d'étendre leur modèle, soit formellement en proposant d'ajouter de nouveaux termes Schema.org, ou informellement en définissant comment Schema.org peut être combiné avec quelques termes supplémentaires.

Pour alimenter ce modèle, les sections suivantes présentent comment nous avons complété TIFSem avec des techniques de traitement automatique pour l'extraction d'informations basiques, sur le temps et les opinions, liées au domaine du tourisme. Ces techniques permettent d'extraire à partir de ressources des mots clés et des annotations, les insérer dans notre modèle pour finalement déduire de nouvelles connaissances. Dans les deux sections suivantes, nous décrivons comment nous procédons pour compléter la description de TIFSem respectivement par des informations temporelles et d'opinion.

Données temporelles du tourisme

La première extension du modèle TIFSem repose sur l'intégration de données temporelles dans le corpus. Les données textuelles du tourisme constituent un corpus riche de phénomènes pour l'analyse linguistique. Il suffit de parcourir les sites Web, les bases

de données Open Data ou les annuaires pour être frappé par le foisonnement d'entités nommées temporelles. La plupart des objets touristiques (hôtels, restaurants...) sont associés à des événements et sont caractérisés par des entités temporelles: dates, durées, horaires d'ouverture, horaires de fermeture, conditions d'ouverture, etc. Ces types de données sont parfois toutes présentes dans le même document, tel qu'un calendrier de manifestation. Nous souhaitons annoter les données temporelles présentes dans les documents afin d'enrichir la description des objets pédagogiques dans TIFSem. La reconnaissance automatique des expressions temporelles et d'événements dans un texte en langage naturel est récemment devenue un domaine de recherche actif en informatique linguistique et la sémantique.

Plusieurs travaux de recherche se sont focalisés sur l'annotation temporelle, comme dans les travaux sur TIDES (Translingual Information Detection, Extraction, and Summarization) (Ferro et al., 2001), STAG (Sheffield Temporal Annotation Guidelines) (Setzer, 2001) (Setzer and Gaizauskas, 2001) et encore TimeML (Pustejovsky et al., 2005). Tous proposent visent à fournir un langage de balisage pour l'information temporelle. TimeML se présente comme une extension de TIDES et STAG. Dans notre cas, nous optons pour TimeML. Un état de l'art complet sur le sujet est proposé par (Drat, 2014) afin de justifier l'utilisation de ce langage. Dans le domaine du traitement automatique du langage naturel, la norme ISO TimeML s'est imposée comme un standard de facto pour l'annotation de la temporalité. Des corpus annotés suivant le format TimeML existent ainsi pour différentes langues. Actuellement, afin de couvrir l'essentiel des informations temporelles que l'on peut associer à un texte, le standard prévoit les fonctionnalités suivantes : l'annotation des événements, l'étiquetage des expressions temporelles et la normalisation de leurs valeurs, ainsi que la mise en évidence des relations aspectuelles, temporelles ou de subordination qui peuvent exister entre ces deux types d'entités temporelles. Le standard propose trois types d'entités annotables : (1) les adverbiaux, par exemple date, temps, durée... (TIMEX3); (2) les événements (EVENT); et (3) les signaux, typiquement des mots pour décrire des relations entre objets temporels, par exemple, quand, pendant, avant, après... (SIGNAL). Comme la présentation de TimeML n'est pas le but de ce papier, nous vous proposons de vous référer au manuel de (Sauri et al., 2009) où une description complète du langage est donnée.

Dans le cadre du projet TourinFlux, afin de faciliter l'extraction de données temporelles, un corpus de pages Web liées au tourisme a été créé. Ce corpus est composé de:

- Un corpus en texte libre décrivant des fêtes et des manifestations, fourni par le Groupe d'Action Local Othe Armance¹⁰. Ce corpus est disponible sous licence LGPL/LR (Lesser General Public License for Linguistic Resources);

¹⁰ <http://www.tourisme-othe-armance.com/>

- Un corpus de données touristiques fourni par le Comité Départemental de Tourisme de l'Aube (CD10). Ce corpus contient des descriptions d'objets touristiques: hôtels, restaurants, musées, contenant notamment des horaires et des dates d'ouverture et de fermeture. Ce corpus est multilingue et structuré selon la norme TourInFrance;

- Des données ouvertes, notamment les données concernant les musées nationaux.

La reconnaissance et l'annotation des expressions temporelles constituent naturellement la première étape de tout traitement de la temporalité. L'objectif poursuivi est de baliser le plus complètement et précisément possible un ensemble d'expressions temporelles diverses. Cette étape est réalisée dans notre cas à l'aide d'un ensemble de transducteurs à états finis, développé par Gramlab Unitex¹¹. Unitex est un système de traitement et d'analyse de corpus textuels en langage naturel en utilisant des dictionnaires et des grammaires. La détection et l'annotation d'éléments touristiques temporels par la grammaire, dans notre cas TimeML, s'effectue en deux phases principales : La première phase consiste en la préparation et le prétraitement des données (normalisation des caractères spéciaux, déclaration du début et de fin de document, segmentation du texte, déclaration des noms propres...) (Paumier, 2008). Une fois le texte nettoyé, la deuxième phase consiste à utiliser Unitex pour détecter et annoter le texte puis calculer la valeur des attributs pour chacune des étiquettes comme spécifié par TimeML. Pour cela, nous avons utilisé le logiciel GramLab IDEling qui est un environnement ajouté à Unitex dans le cadre du projet GramLab. Les résultats de ce travail sur l'annotation avec TimeML sont présentés dans (Drat, 2014).

Données d'opinion

L'analyse d'opinions est un domaine de recherche qui se concentre sur l'identification et la classification des opinions dans les données textuelles. Les opinions aident à analyser une situation sur différents aspects et prendre une décision appropriée. L'opinion d'un individu peut influencer l'opinion d'un autre individu, et donc le concept de l'opinion publique est généré. L'opinion publique est très importante dans le domaine du tourisme.

La quantité des données d'opinion sur les sites de tourisme a augmenté de façon exponentielle, surtout après l'apparition et la croissance rapide des réseaux sociaux en ligne. Avec la disponibilité et la popularité de riches ressources d'opinion, nous avons besoin de mécanismes fiables pour identifier tous les aspects de l'opinion dans un texte et extraire des informations connexes utiles. Ainsi, nous introduisons le concept d'opinion mining. L'opinion mining, aussi appelé sentiment analysis ou sentiment classification ou encore subjectivity analysis (Cambria et al., 2013), est l'analyse des sentiments à partir de sources textuelles dématérialisées sur de grandes quantités de données (Liu, 2012).

11 <http://www-igm.univ-mlv.fr/~unitex/>

Il existe beaucoup sous-tâches connexes à l'opinion mining, comme l'annotation sémantique des opinions. Cette tâche a fait l'objet de plusieurs études dans le but de déterminer et de représenter les descripteurs pertinents dans ce cadre d'extraction de connaissances à partir des expressions d'opinion. Certains modèles d'annotation ont été proposés par la communauté de recherche. Nous distinguons trois principaux modèles d'annotation d'opinions: SentiML (Di Bari et al., 2013), OpinionMining-ML (Robaldo and Caro, 2013) et EmotionML (Schröder et al., 2011). Dans le cadre du projet TourinFlux, une étude comparative de ces schémas d'annotation a été proposée par (Malik et al., 2014).

Dans notre cas nous nous sommes intéressés à SentiML pour l'annotation des données d'opinion. Dans SentiML nous parlons de sentiments plutôt que d'opinions. L'analyse des sentiments consiste à analyser une grande quantité de données pour déterminer les opinions ou les sentiments exprimés dans les textes. Développée dans les années 2000, l'analyse des sentiments est utilisée pour détecter les opinions des utilisateurs sur des sujets divers. Le but est alors d'attribuer une polarité (positive, négative ou neutre) à des opinions présentes dans les documents (commentaires des internautes, des forums ou plus récemment sur les réseaux sociaux). SentiML est basé sur Appraisal Framework (AF) qui est une forte théorie linguistique. Les résultats de ce travail sur l'annotation avec SentiML sont présentés dans (Malik et al., 2014).

Conclusion

Le travail présenté dans cet article concerne les premiers résultats du projet TourinFlux, pour identifier un nouveau modèle pour la gestion des données du tourisme. Celui-ci possède l'avantage de pouvoir intégrer des données hétérogènes tout en assurant leur manipulation et l'extraction de connaissances nouvelles. Après avoir présenté l'origine des données, des pistes sont proposées pour gérer et enrichir ces contenus pour permettre aux décideurs d'un territoire de mieux comprendre comment celui-ci est perçu. L'architecture proposée, en cours de validation par nos partenaires, est formée de trois principales composantes: l'évolution de la norme TourInFrance vers un format compatible avec les technologies du Web sémantique; l'extraction et l'annotation de données temporelles à partir de corpus avec le standard TimeML; et l'extraction et l'annotation des informations d'opinions à l'aide du standard SentiML.

Bibliographie

- Inkpen, G. (1998). *Information technology for travel and*. Edinburgh: Addison Wesley.
- TourinFlux (2015). Ville de Rouen: Rapport d'informations socio-touristiques.
- Bittner, T., Donnelly, M. & Winter, S. (2005). Ontology and Semantic Interoperability. Zlatanova, S & Prospero, D. (Eds), *Large-Scale 3D Data Integration: Challenges and Opportunities*, 139-160.
- Cambria, E., Schuller, B., Xia, Y. & Havasi, C. (2013). New Avenues in Opinion Mining and Sentiment Analysis. *IEEE Intelligent Systems*, 28(2), 15-21.
- Cresci, S., D'Errico, A., Gazze, D., Duca, A. L., Marchetti, A. & Tesconi, M. (2014). Towards a dbpedia of Tourism: the Case of tourpedia. *International Semantic Web Conference*.
- Dell'Erba, M., Fodor, O., Ricci, F. & Werthner, H. (2002). Harmonise: A Solution for Data Interoperability. *Towards the Knowledge Society: eCommerce, eBusiness, and eGovernment, the Second IFIP Conference on E-Commerce, E-Business, E-Government*, 433-445.
- Di Bari, M., Sharoff, S., Thomas, M. (2013). Sentiml: Functional Annotation for Multilingual Sentiment Analysis. *1st International Workshop on Collaborative Annotations in Shared Environment: Metadata, Vocabularies and Techniques in the Digital Humanities*, DH-CASE'13, ACM, New York, USA, 15:1-15:7.
- Drat, L (2014). Projet TourInFlux. Annotation des Expressions Temporelles.
- Ferro, L., Mani, I., Sundheim, B., & Wilson, G. (2001). TIDES Temporal Annotation Guidelines, Version 1.0.2. *The MITRE Corporation, McLean, Virginia. Report MTR 01W0000041*.
- Fodor, O. & Werthner, H. (2005). Harmonise - a Step Towards an Interoperable e-Tourism Marketplace. *International Journal of Electronic Commerce*.
- Hirst, G. (2004). Ontology and the lexicon. Staab, S. & Studer, S. (Eds), *Handbook on Ontologies*: Springer-Verlag, 209-229.
- Legrand, B. (2004). Semantic Web Methodologies and Tools for Intra-European Sustainable Tourism. White paper, Paris, Mondeca.
- Liu, B. (2012). Sentiment Analysis and Opinion Mining. *Synthesis Lectures on Human Language Technologies*, Morgan & Claypool Publishers.
- Malik, M., Missen, S., Attik, M., Coustaty, M., Doucet, A. & Faucher, C. (2014). SentiML ++: An Extension of the SentiML Sentiment Annotation Scheme. *The 12th Extended Semantic Web Conference (ESWC2015)*.
- Ou, S., Pekar, V., Orasan, C., Spurk, C. & Negri, M. (2008). Development and Alignment of a Domain-Specific Ontology for Question Answering. Calzolari, N., Choukri, K., Maegaard, B., Mariani, J., Odjik, J., Piperidis, S. & Tapias D. (Eds), *the Sixth International Language Resources and Evaluation Conference*, 2221-2228.
- OTA (2000). Opentravel Alliance. Opentravel Alliance message specifications. Specifications Document.
- Paumier, S. (2008). UNITEX 2.0: User Manual.
- Pustejovsky, J., Ingria, B., Sauri, R., Castano, J., Littman, J., Gaizauskas, R., Setzer, A., Katz, G. & Mani I. (2005). The Specification Language TimeML. *The Language of Time: a Reader*, 545-557.
- Robaldo, L. & Caro, L. D. (2013). OpinionMining-ML. *Computer Standards & Interfaces*, 35 (5), 454-469.
- Sauri, R., Goldberg, L., Verhagen, M. & Pustejovsky, J. (2009). Annotating Events in English, TimeML Annotation Guidelines, Version TempEval-2010.
- Schröder, M., Baggia, P., Burkhardt, F., Pelachaud, C., Peter, C. & Zovato, E. (2011). Emotionml - an Upcoming Standard for Representing Emotions and Related States. *Affective Computing and Intelligent Interaction*, Springer.
- Setzer, A. (2001). Temporal Information in Newswire Articles: an Annotation Scheme and Corpus Study. Ph.D. thesis, University of Sheffield, Sheffield, UK.
- Setzer, A. & Gaizauskas, R. (2001). A Pilot Study on Annotating Temporal Relations in Text. *ACL 2001, Workshop on Temporal and Spatial Information Processing*.
- Soualah-Alila, F., Faucher, C., Bertrand, F., Coustaty, M. & Doucet A. (2015). Applying Semantic Web Technologies for Improving the Visibility of Tourism Data. *CIKM'15 Workshop on Exploiting Semantic Annotations in Information Retrieval ESAIR'15*.
- Toma, I., Stanciu, C., Fensel, A., Stavrakantonakis, I. & Fensel, D. (2004). Improving the Online Visibility of Touristic Service Providers by Using Semantic Annotations. *The Semantic Web: ESWC 2004 Satellite Events*, Anissaras, Crete, Greece, 259-262.
- World Tourism Organization (2004). Information and Documentation Resource Centres for Tourism: Guidelines for Establishment and Maintenance. ISBN: 9284407176, 9789284407170, 132.
- Gruber, T.R. (1993) Toward principles for the design of ontologies used for knowledge sharing. In *Formal Ontology in Conceptual Analysis and Knowledge Representation*, Kluwer Academic Publishers, in press. Substantial revision of paper presented at the International Workshop on Formal Ontology. Kluwer Academic Publishers.

L'office du tourisme du futur : éléments de réflexion sur sa contribution à la valorisation, l'innovation et la création de valeur

Fabry Nathalie, économiste,

Université Paris-Est Marne-la-Vallée, Laboratoire LVMT,
nathalie.fabry@upem.fr

Zeghni Sylvain, économiste,

Université Paris-Est Marne-la-Vallée, Laboratoire LVMT,
sylvain.zeghni@upem.fr

Résumé :

L'Office du tourisme (OT) est une institution inscrite dans la loi de 1992 et le Code du tourisme. Il doit répondre à trois missions : accueillir les touristes, informer les touristes, promouvoir et coordonner les acteurs locaux du tourisme. Trois ruptures semblent mettre à mal les OT. Une rupture technologique avec la généralisation de l'usage d'Internet et des Smartphones ; une rupture politique avec la rationalisation des financements publics et la reconfiguration des territoires et une rupture de demande avec l'évolution des attentes et des pratiques des touristes. Ces derniers peuvent directement accéder à de l'information touristique et les acteurs peuvent accéder directement à la clientèle. Le touriste peut chercher et trouver le meilleur rapport qualité prix, partager ses vécus et expériences sur les réseaux sociaux, les blogs et divers outils du web 2.0. L'informatique ubiquitaire facilite la géolocalisation des touristes, l'analyse de leurs comportements et permet la dématérialisation des supports informatifs et documentaires (QR codes, réalité augmentée). Dans ce contexte, quelle est la valeur ajoutée d'un OT pour les membres cotisants et plus généralement quelle est sa contribution à la valorisation des territoires ? La remise en cause des OT (Lyu et Lee, 2014 ; Somero, 2012) entre dans le débat récent autour du renouvellement du management des destinations (Pechlaner et al. 2014; Beritelli et Bieger 2014; Zehrer et al. 2014; Blichfeldt et al. 2014, Laesser et Beritelli, 2013) et du rôle des acteurs institutionnels dans ce management (Buchalis, Leung et Law 2011). Le débat s'insère également dans le développement de l'internet des objets et des réseaux ubiquitaires. S'il semble évident que le format actuel des OT doit évoluer, reste à fixer les contours de l'OT du futur. Pour certains cela revient à dématérialiser les supports, à changer de rôle et travailler plus en amont sur l'offre et la mise en réseau des acteurs, apporter de nouveaux services, aider au marketing de la destination en écho avec les attentes des touristes (durabilité, etc.). Un travail de terrain sera mené auprès de plusieurs OT dont l'engagement vers le futur est affirmé dans le département du Nord et en Seine et Marne.

Mots-clés : office de tourisme, observation, parties prenantes, TIC

Introduction

L'Office du tourisme (désormais OT) est une institution inscrite dans la loi de 1992 et le Code du tourisme. Ses missions obligatoires sont au nombre de trois : accueillir les touristes, informer les touristes, promouvoir et coordonner les acteurs locaux du tourisme¹². La généralisation des technologies de l'information et de la communication (TIC), le déploiement de l'Open data (Telecom Valley, 2012 ; CGSP, 2013 ; Benckendorff et al., 2014 ; Eger et al. 2015) tout comme le développement de l'économie digitale introduisent des ruptures irréversibles. Celles-ci remettent en cause les pratiques et les métiers des OT, voire leur modèle économique basé sur les cotisations, mais pas leurs missions d'accueil, d'information et de promotion. C'est donc la façon d'envisager les missions des OT qui est remise en cause en raison de l'impact des TIC, des nouvelles pratiques des touristes et des nouvelles politiques de promotion de la destination.

Cette remise en question n'est pas spécifique à la France (Lyu et Lee 2014, Somero 2012) et elle s'inscrit dans le débat récent autour du renouvellement du management des destinations (Laesser & Bertitelli 2013, Pechlaner et al. 2014, Beritelli & Bieger 2014, Blichfeldt et al. 2014), ainsi que du rôle des acteurs institutionnels dans ce management (Buhalis et al. 2011, Zehrer et al. 2014 ; Zeghni 2015). Le débat s'insère également dans le développement de l'internet des objets, des réseaux ubiquitaires, des Big Data et plus généralement des territoires intelligents (Boes, Buhalis & Inversini 2015; Buhalis & Amaranggana 2015, De Conninck 2014, Salvador et al. 2015).

Le format actuel des OT doit donc évoluer, reste à fixer les contours de l'OT du futur. La question de l'avenir des OT est souvent posée par rapport à l'usage des TIC. C'est un point de vue réducteur. La notion même de destination doit être réinterrogée ce qui doit amener à réfléchir sur les nouvelles politiques de promotion et d'animation de la destination. Notre travail se propose de replacer la question des OT dans l'ensemble plus vaste qu'est la question de la destination à l'ère de l'économie digitale. Plus qu'un travail de terrain, nous tentons ici de poser l'enjeu théorique axé autour de l'innovation et du renouveau de la valorisation d'un territoire à l'ère digitale.

État des lieux et enjeux

Trois ruptures semblent mettre à mal les OT traditionnels. Une rupture technologique avec la généralisation de l'usage d'Internet et des Smartphones ; une rupture politique avec la rationalisation des financements publics et la reconfiguration des territoires¹³ et

¹² Ces missions obligatoires peuvent être complétées par des missions facultatives : élaborer et mettre en œuvre la politique locale du tourisme, commercialiser des prestations de services touristiques et donner des avis sur des projets d'équipements collectifs touristiques (articles L133-3 et L133-9 du Code du tourisme).

¹³ Voir notamment la LOI n° 2015-991 du 7 août 2015 portant nouvelle organisation territoriale de la République <http://www.legifrance.gouv.fr/affichLoiPubliee.do?idDocument=JORFDOLE000029101338&-type=general&legislature=14> (consulté le 8 novembre 2015)

une rupture de demande avec l'évolution des attentes et des pratiques des touristes. Ces derniers peuvent directement accéder à de l'information touristique et les acteurs peuvent accéder directement à la clientèle. Le touriste peut chercher et trouver le meilleur rapport qualité prix, partager ses vécus et expériences sur les réseaux sociaux, les blogs et divers outils du web 2.0 (Benckendorff et al. 2014 ; Xiang, Magnini, Fesenmaier, 2014 ; Inversini et Tussydiah, 2015 ; Koo et al. 2015). L'informatique ubiquitaire facilite la géolocalisation des touristes, l'analyse de leurs comportements et permet la dématérialisation des supports informatifs et documentaires (QR codes, réalité augmentée). Dans ce contexte, la question de la valeur ajoutée d'un OT se pose.

Les ruptures

L'accueil physique au sein des OT est en continuel déclin et ne s'adresse qu'à une population de plus en plus marginale et peu connectée (baby boomers). C'est là un facteur de fragilisation du modèle économique traditionnel de l'OT qui connaît une perte constante d'adhérents selon la FNOTSI¹⁴. De nos jours, les touristes n'ont pas (plus) besoin d'entrer dans un OT en raison de l'importance croissante de la médiation d'Internet. La gestion de l'information à l'ancienne ne peut plus être gérée par un OT dans un monde numérique où les réseaux sociaux jouent un rôle prédominant.

De même, la promotion d'une destination de manière top-down par les modes classiques du salon, de la presse, des brochures papiers, etc. ne correspond plus aux pratiques et attentes des praticiens et des touristes. Ces derniers peuvent directement accéder à de l'information touristique, partager les vécus et expériences sur les réseaux sociaux, les blogs et divers outils du web 2.0. De nos jours plus de 80% des touristes préparent leur voyage sur Internet en amont et 30% réservent leurs billets uniquement via Internet (Euromonitor WTM 2015, Euromonitor 2014, Mac Kinsey, 2014 ; Salvadore et al. 2015). Enfin, les acteurs peuvent accéder directement à la clientèle.

Dans un monde où la logique est à dominante bottom-up ce sont les clients et les usagers qui font le marché et la réputation de la destination en partageant l'information¹⁵. Des acteurs tels Booking ou Tripadvisor peuvent même se substituer aux OT dans la commercialisation des destinations et maintenant l'information touristique.

De ce fait, pour les opérateurs locaux du tourisme, l'OT n'est, dans le meilleur des cas, qu'un partenaire possible tandis que pour les touristes, le recours à l'OT n'est qu'une

14 FNOTSI, Manifeste de la Commission Prospective sur l'Office du tourisme du futur, commission prospective, <http://www.offices-de-tourisme-de-france.org/article.php?id=429> (consulté le 8 novembre 2015)

15 Voir par exemple, <http://www.etourisme.info/panorama-sites-communautaires-voyageurs-mise-jour-2014> (consulté le 8 novembre 2015)

possibilité parmi tant d'autres. L'OT doit reconquérir l'attention de tous en apportant une réelle plus-value notamment en termes de visibilité de la destination et de prestations de services renouvelées.

L'enjeu : mettre l'OT au cœur du territoire

Pour les touristes et les visiteurs : un OT ressource complémentaire du site Internet.

Il s'agit de renforcer la satisfaction des touristes/visiteurs en leur proposant un contenu informatif complémentaire au contenu du site Web. Il s'agit de privilégier la qualité de l'information immédiate, l'expérience, les interactions digitales, la personnalisation et la connexion avec l'environnement local. Cela revient à conseiller de manière personnalisée les touristes à distance mais surtout une fois sur place. L'information pour tous figure sur le site Internet tandis qu'en présentiel, l'information est différenciée et individualisée. L'information touristique est plus orientée sur l'immédiateté (Dickinson et al. 2014 ; Law et al. 2014), sur l'occupation à la journée une fois sur place puisque l'information générale a été captée lors de la préparation du voyage en amont (Salvador et al. 2015). Cette activité de conseil va jusqu'à offrir des prestations de type conciergerie (transports, choix des visites, visite de lieux insolites, etc.). Elle peut ainsi concerner les touristes comme les visiteurs à la journée. Cela consiste à innover, animer et événementialiser en proposant des découvertes de produits locaux et régionaux, du storytelling, des rencontres avec les acteurs culturels et économiques, le recours à la réalité augmentée, etc. Cela impose d'être présent sur les réseaux sociaux de manière active. L'information de l'OT doit aussi s'appuyer sur les avis des touristes mais aussi prendre l'initiative d'animer une communauté web sur la destination. Il doit développer une charte de qualité de l'information et développer son offre de contenu (image, photos, vidéos) et s'appuyer sur le contenu et les avis générés par les utilisateurs sur les médias sociaux (Facebook, Twitter, Flickr, Youtube, etc.) pour valoriser sa destination¹⁶.

Pour les acteurs du territoire : un OT centre de ressources et de valorisation du territoire.

Il s'agit de renforcer leur visibilité, leur réactivité et adaptabilité grâce à la fourniture d'information immédiate et/ou traitée. L'OT doit être en mesure d'observer les demandes et attentes des touristes¹⁷, d'analyser les traces numériques des touristes et visiteurs et mieux adapter l'offre ce qui peut accroître le potentiel de ventes croisées ou de services annexes et optionnels (Ponti, 2014 ; Terrier 2014). Il doit accompagner le développement et l'animation numérique des acteurs locaux (lisibilité de l'offre sur Internet, e-réputation, stratégie webmarketing...) et assurer leur coordination pour booster la visibilité de la destination. Il doit aider les acteurs à se différencier mais aussi à coopérer dans le développement d'offre et de services combinés incluant les modalités de paiements dématérialisés. Il doit enfin faire de l'intelligence économique et de la veille sur les

16 Voir l'étude de Social Média (2014) sur la présence des destinations françaises sur les réseaux sociaux. (<http://www.tourisme-lavallouise.com/otvadevwp007/wp-content/uploads/2014/11/Etude-social-media-Destinations-françaises-2014.pdf>) (consulté le 8 novembre 2015).

17 Voir l'exemple d'Amsterdam Marketing et l'outil <http://www.citytourismbenchmark.com> (consulté le 8 novembre 2015).

usages, les pratiques, les attentes et distribuer ses expertises. L'OT du futur doit servir d'aide à la décision des opérateurs pour accroître leur compétitivité et asseoir l'attractivité du territoire.

Questionnements et cadre de réflexion

Le terme OT du futur n'est pas stable. Il est le marqueur d'une rupture et de la nécessité de définir les contours du futur OT. Il est lié aux tâtonnements propres à une période de transition et à un contexte législatif instable (loi NOTRe) au regard des compétences touristiques entre les différents échelons de collectivités territoriales (II.1). Un OT du futur se définit peu être moins par ce qu'il est que par sa capacité à créer de la valeur, à innover et à valoriser le territoire (II.2).

L'OT numérique: une situation transitoire

La numérisation de l'offre (2009-2012)

Cette période marque le basculement des OT « traditionnels » sur le tout numérique qui a d'abord consisté à dématérialiser les supports. C'est à partir de ce moment qu'on a parlé d'OT du futur. Très rapidement il a fallu corriger le tout numérique, jugé désincarné, et renouveler l'accueil autour du numérique (Accueil numérique). L'OT du futur est considéré, dans la plupart des cas une forme de « concept-store » référencé sous le terme « i-mobile » (connexion Wi-Fi gratuite, prises électriques pour recharger les appareils mobiles, information touristique) ou essentiellement digital « i-guide » (guide officiel chargeable donc lisible hors connexion) développé par les des OT « traditionnels »¹⁸.

Le Schéma d'accueil et de diffusion de l'information (2013 -)

Depuis peu, on observe une prise en compte de la demande et de la nécessité de valoriser le territoire par la mise en place d'un Schéma d'accueil et de diffusion de l'information pour optimiser le parcours client à destination (voir par exemple l'action de la MOPA¹⁹). Il repose sur quelques leviers : le numérique désormais incontournable, le regroupement des OT en réseau, l'émergence du métier de conseiller, l'importance du hors les murs et l'appui des habitants permanents. Il s'agit de changer de rôle, de travailler plus en amont sur l'offre et la mise en réseau des acteurs, d'apporter de nouveaux services, d'aider au marketing de la destination en écho avec les attentes des touristes (durabilité, etc.)²⁰.

18 Voir par exemple, <https://otfutur.lenord.fr> ou <http://www.scoop.it/t/l-office-de-tourisme-du-futur>

19 Voir <http://aquitaine-mopa.fr>

20 Voir par exemple, <http://www.atout-france.fr/publication/numerique-offices-tourisme>

Il doit mettre en place une politique proactive alliant stratégie numérique, présence physique, lieu de conseils personnalisés tant pour les touristes que les professionnels du secteur, et s'appuyer sur les nouvelles pratiques tant des touristes que des habitants des lieux touristiques. C'est tout le modèle économique de l'OT qui doit s'adapter et glisser de la perception de commissions et encaissement d'adhésions à un mode de financement plus axé sur la fourniture de prestations de marché.

L'OT du Futur : créer de la valeur, valoriser et porter l'innovation

L'OT doit apporter une réelle plus-value pour ses clients (acteurs/prestataires, visiteurs, territoire, élus) et doit être en mesure de valoriser et d'innover en matière de management de la destination et de services à rendre aux parties prenantes. Dans ce contexte, quels leviers d'action activer ? Nous formulons les deux hypothèses suivantes :

- H1 : l'OT doit être au service de la valorisation du territoire et de l'ensemble de ses parties prenantes dont les « touristes »

- H2 : L'OT doit s'insérer dans une chaîne de valeur ajoutée locale et dans un réseau territorialisé (écosystème économique et non exclusivement touristique + réseaux sociaux)

Le cadre théorique prend appui sur trois concepts : le SOCOMO, la diffusion des usages et les nouvelles frontières du management des destinations.

1. Le SoCoMo ou SOcial COntext MObile (Buhalis & Foerste 2015 ; Chung, Koo 2015 ; Lamfus, Wang, Alzua-Sorzabal, Xiang 2014 ; Mistilis, Buhalis, Gretzel 2014). L'usage d'Internet par les touristes est décomposable en plusieurs temps (Xiang et al. 2014 ; WeLikeTravel, 2014). Il y a d'abord le temps de l'information via Internet, en amont de la mobilité touristique, qui permet aux individus de trouver l'inspiration et de planifier leur voyage. Il y a ensuite le temps de la réservation et de l'achat des prestations de manière électronique. Xiang et al. (2014), ont montré à propos de la clientèle nord américaine que les Baby boomers et la génération X se contentent généralement de ces deux étapes tandis que la génération Y et plus généralement les Digital natives semblent plus actifs, multicanaux et interagissent / partagent sur les réseaux sociaux lorsqu'ils sont en mobilité. Ceci soulève la question cruciale de l'importance des réseaux sociaux dans la réputation d'une destination et le choix des touristes (eWOM electronic Word-of-Mouth). Cette omniprésence sur le web influence les interactions avec les diverses populations usagères d'un territoire qu'elles soient touristes ou résidentes. Enfin, les réseaux sociaux permettent aux touristes de rechercher un continuum d'expériences en intégrant l'achat de prestations sur la destination (shopping, musées, diners, spectacles, guidages, etc.) afin de vivre la destination de manière plus intense.

2. Dans un monde où les mobilités touristiques sont fortement liées à l'usage des TIC, il importe d'intégrer le fait que les Smartphones et Tablettes influencent l'expérience touristique (Salvadore et al. 2015). De ce fait, l'étude de la diffusion des usages (Use-Diffusion Theory) développée par Shih et Venkatesh (2004) permet, dans le cas des mobilités touristiques, d'étudier la consommation de services touristiques²¹ à partir de l'usage des Smartphones et Tablettes et ainsi mieux approcher et comprendre les attentes de la clientèle.

3. Les Nouvelles Frontières du Management des destinations (Pietro Beritelli, Thomas Bieger, and Christian Laesser 2014, Fabry, 2015, Zeghni, 2015). Une destination n'est plus un territoire hiérarchisé et isolé par des « frontières » où les acteurs en place « font » la destination. Une destination est un paradigme qui croise des flux, des espaces, des motivations, des populations et des interactions complexes. La demande « tire » la destination et est portée par les réseaux sociaux.

	OT traditionnel	OT du Futur
<i>La destination</i>	<p>Une zone, avec des frontières délimitées, un territoire hiérarchisé et politique</p> <p>Des marchés segmentés et tirés par l'offre</p> <p>Une image par destination et une marque comme règle de différenciation</p>	<p>Un paradigme : espaces multiples, entrecroisés, flux dynamiques</p> <p>Un marché complexe tiré par la demande segmentée (motivations homogènes, activités, flux)</p> <p>Pas de marque mais une image portée par les réseaux sociaux</p>
<i>Les missions de OT</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Obligatoires</i> : Accueil et information des touristes / Promotion touristique / Coordination des partenaires locaux du tourisme • <i>Facultatives</i> : Elaborer et mettre en œuvre la politique locale du tourisme / Commercialiser des prestations de services touristiques / Donner des avis sur des projets d'équipements collectifs touristiques 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Obligatoires</i> : Inchangées de par la loi • <i>Facultatives</i> : Manager les interactions locales et digitales complexes afin de valoriser le territoire et ses acteurs et offrir un continuum d'expériences aux touristes <p>➤ <i>Ces missions « facultatives » sont en fait essentielles et constituent le pivot qui permet à un OT traditionnel de basculer vers le « futur »</i></p>

Tableau 1 : comparaison OT traditionnel et OT du futur

Sources : Auteurs, Beritelli et al. (2014), p.415, Zeghni (2015), p. 277,

Fabry & Zeghni (2015)

21 Ces services sont appelés par Salvadore et al. (2015) Services Mobiles d'Orientation, d'Organisation et de Recherche d'Informations Localisées (SMOORIL).

Comme le montre le tableau 1, sans abandonner ses missions obligatoires, l'OT du futur joue de plus en plus un rôle de valorisation du territoire vu sous l'angle des usagers. Il s'agit de contribuer à la co-création dynamique d'une expérience touristique sur la base d'une personnalisation de la relation client et d'une immersion continue sur le territoire. Il s'agit de distribuer l'information en temps réel en fonction des besoins des clients et de ses attentes (mobilité, météo, activités, etc.), de mettre en réseau des parties prenantes pour accroître et diffuser la dépense touristique sur le territoire (retombées économiques) et enfin de collecter, diffuser et analyser les Big Data pour améliorer la compréhension des pratiques, des flux et des besoins.

L'OT du Futur doit être « technology-focused but people and content powered »²². Le véritable enjeu d'un OT du futur réside donc dans son contenu informatif ciblé et le personnel qualifié qui l'animerait (conseillers en séjours, analystes de Big Data, spécialistes de l'évènementiel, etc.). Ces deux éléments sont les facteurs clés de succès pour assurer la mutation de l'OT vers une offre de prestations à forte valeur-ajoutée. La configuration des lieux ainsi que les choix technologiques doivent refléter ce changement de positionnement de l'OT. Pour ce faire, 3 leviers d'action imbriqués semblent devoir être mobilisés par l'OT (tableau 2).

Le numérique	<p>Il sert à cibler la clientèle future, potentielle et sur place, grâce à de multi supports et multipoints :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Accueil renouvelé (le numérique en support du présentiel) dans et hors les murs • Accompagnement numérique des acteurs pour développer des applications • Développement des partenariats entre acteurs localement • Pilotage d'actions collectives (événements, valorisation des savoir-faire et traditions, des produits du terroir, etc.) • Interactions avec les populations résidentes (greeters, blogs, conciergeries, économie collaborative, etc.) • Collecte et (analyse) des traces numériques des visiteurs (fréquentations, etc.) • Analyse des Big Data et Open Data • Contenu en termes d'information « officielle »
---------------------	--

22 On doit cette formule à Troy THOMPSON de l'agence Travel2doto devenue depuis Pattern <http://patternservicedesign.com>

Le Web et les réseaux sociaux	Présence dynamique de la destination sur le Web et les réseaux sociaux <ul style="list-style-type: none"> • Interactions avec les moteurs de recherche et de référencement (Google), les réseaux sociaux (Facebook, Youtube, Flickr, Instagram, ...), les outils du e-tourisme (Booking, Expedia, Tripadvisor), les sites d'avis, les blogs, etc. les messageries instantanées (Snapchat, Viber, facebook Messenger, WeChat, Whatsapp, Twitter. L'interaction et la réactivité ont un coût : amplitude des horaires • Informer les visiteurs en amont de leur voyage (préparation), pendant leur séjour et après (retour d'expérience sur les réseaux sociaux, les blogs de voyageurs, etc.) • Action sur la marque territoriale et sur la qualité de l'offre
L'accueil et le conseil personnalisé des acteurs	Fourniture de prestations à forte valeur ajoutée <ul style="list-style-type: none"> • Les prestataires ont besoin de services nouveaux : Open Data, • Les visiteurs ont besoin d'information individualisée, de conseils et de montage de produits à la carte. Pas de focalisation uniquement sur les touristes mais également sur les populations résidentes et les néo-résidents • Les visiteurs sur-informés viennent consommer une information dans l'immédiateté (en fonction de la météo, du temps libre) pour savoir que faire sur place.

Tableau 2 : Les trois leviers d'action imbriqués pour faire émerger un OT du futur

Sources : Fabry & Zeghni (2015)

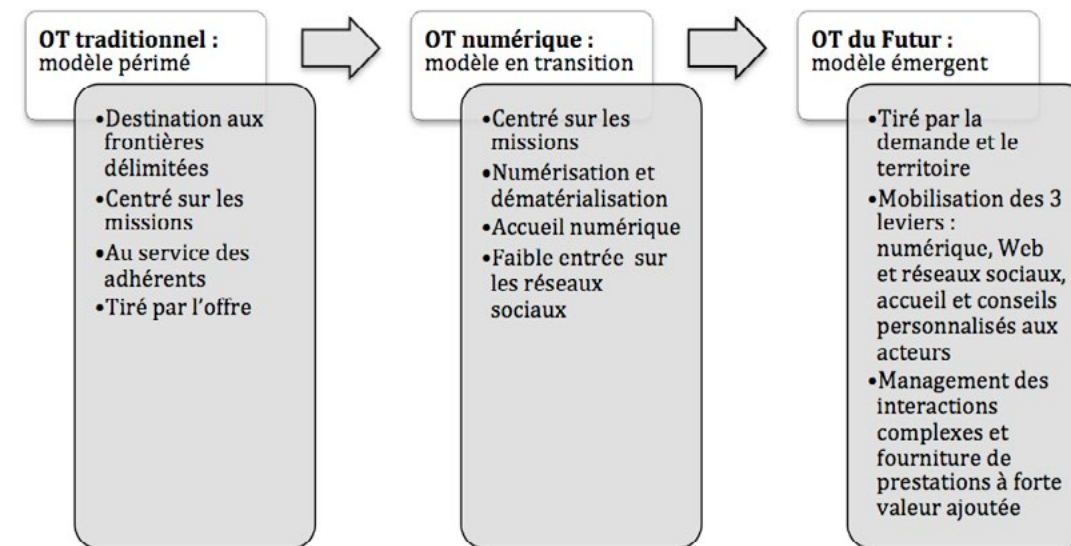
Un OT devient un élément de différenciation positive du territoire et de ses acteurs. Ce n'est pas (plus) un bureau aux horaires rigides mais un espace convivial qui s'adresse à des gens connectés (Wi-Fi, prises électriques, etc.) déjà informés mais en recherche d'expériences, d'interactions sociales et digitales et surtout d'immédiateté donc d'opportunités immédiates à saisir. L'OT peut alors prendre des formes hors-sol (Roubaix²³) et capitaliser sur les échanges et l'humain en distillant des informations pertinentes de manière détaillée et individualisée.

Les solutions digitales et les supports numériques ne sauraient se substituer à l'OT ancien. Ils sont les instruments et les supports au service de cette nouvelle orientation en facilitant la dématérialisation des brochures, la généralisation des démos, la diffusion de vidéos, et surtout la diffusion d'information ajustable et mobile. L'OT doit penser à évoluer vers la démonétisation des transactions et l'intégration de prestations et de services. C'est moins l'avancement technologique qui doit être valorisé que la capacité de la technologie à

23 Voir l'exemple de Roubaix qui informe les visiteurs hors les murs en allant à la rencontre des visiteurs au sein d'un OT relooké ou dans des lieux alternatifs sous forme partenariale (galeries exposant des œuvres en lien avec l'identité régionale, cafés, etc.) ou encore via les dispositifs mobiles (triporteur, applications Smartphones) in *Les cahiers du Tourisme*, Juin-Juillet 2014.

s'adresser à une population connectée et en demande d'information immédiate et continue (présence multicanal, multimédia, géolocalisation, ergonomie, etc.).

L'OT du futur contribue à piloter l'accueil physique et numérique du public, à assurer la qualité de l'offre, la visibilité de la destination y compris au travers des marques de destination, à



développer les interactions complexes et à créer de la valeur-ajoutée (Figure 1).

Figure 1 : de l'OT traditionnel à l'OT du Futur : éléments de différenciation

Sources : Fabry & Zeghni (2015)

Conclusion

En guise de conclusion, nous pouvons considérer qu'un OT du Futur répond à deux exigences majeures. Premièrement qu'il est en mesure de gérer des interactions complexes entre parties prenantes. L'OT est-il en capacité de différencier l'offre selon les publics, de différencier la demande et de proposer des expériences adaptées à chacun, de développer et renouveler les partenariats avec les différents acteurs ? Deuxièmement, qu'il est adapté aux enjeux contemporains du management de la destination. Face à la déterritorialisation de l'OT (réseau d'acteurs professionnels, résidents et les visiteurs, intentionnels et collaboratifs) le territoire à la charge de l'OT devient à la fois une aire de business et une aire d'expériences. Autrement dit, l'OT du futur est un membre actif de l'écosystème économique et non exclusivement touristique. Il n'est pas certains que les OT soient envisagés de la sorte côté opérationnel.

Bibliographie

- BENCKENDORFF, P., SHELDON, P., & FESENMAIER, D. R. (2014). *Tourism information technology*. Oxford: CAB International.
- BERITELLI P. & BIEGER T. (2014). "From destination governance to destination leadership-defining and exploring the significance with the help of a systemic perspective", *Tourism Review*, Vol. 69 (1), pp. 25-46
- BLICHFELDT B., HIRD J. & KVISTGAARD P. (2014). "Destination leadership and the issue of power", *Tourism Review*, Vol. 69(1), pp. 74-86
- BOES, K., BUHALIS, D., AND INVERSINI, A., (2015). "Conceptualising Smart Tourism Destination Dimensions", in TUSSYADIAH, I., AND INVERSINI, A., (eds), ENTER (2015) Proceedings, Lugano, Springer-Verlag, Wien, pp. 391-404.
- BUHALIS D. (2000). "Marketing the competitive destination of the future". *Tourism Management*, 21(1), 2000, pp. 97-116.
- BUHALIS, D., AMARANGGANA A. (2015). "Smart Tourism Destinations Enhancing Tourism Experience through Personalisation of Services", in TUSSYADIAH, I., and InversiNi, A., (eds), ENTER 2015 Proceedings, Lugano, Springer-Verlag, Wien, pp.377-390
- BUHALIS, D., LEUNG, D. & LAW, R. (2011). "eTourism: Critical Information and Communication Technologies for Tourism Destinations", in WANG, Y. & PIZAM, A. (eds). *Destination Marketing and Management*, pp. 205-224. CABI Publishing, Oxfordshire, 2011.
- BUHALIS D., FOERSTE M.-K. (2014), "SoCoMo Marketing for Travel and Tourism", XIANG, Z., TUSSYADIAH, I., (eds), *Information and Communication Technologies in Tourism 2014 ENTER2014*, 2013, pp 175-185
- BUHALIS D., FOERSTE M.-K. (2015), "SoCoMo Marketing for Travel and Tourism: empowering co-creation of value", *Journal of Destination Marketing & Management* [en ligne] <http://dx.doi.org/10.1016/j.jdmm.2015.04.001>
- CGSP (2013), *Analyse des Big Data, quels usages, quels défis ? Note d'Analyse n°8*, novembre.
- DE CONNINCK (2014), "L'ergonomie de la ville intelligente reste à inventer", *TEC* 223, juillet-septembre, pp.37-41
- DICKINSON, J.E., GHALI, K., CHERRETT, T., SPEED, C., DAVIES, N., NORRIGATE, S. (2014). "Tourism and the smartphone app: capabilities, emerging practice and scope in the travel domain". *Current Issues in Tourism*. 17(1), 84-101.
- EGGER R., GULA I. & WALCHER D. (2015), *Open Tourism, Open Innovation, Crowdsourcing and Collaborative Consumption challenging the tourism industry*. Heidelberg: Springer Verlag.
- EUROMONITOR (2014), *The new online travel consumer*.
- EUROMONITOR WTM (2015), *WTM Global Trends Report 2015*,
- FABRY N. (2015), "Potential contribution of collaborative forms in Tourism: a focus on tourism cluster", in GURSOY D., SAAZMAN M. & SOTIRIADIS M. (éditeurs), *Collaboration in Tourism Businesses and Destinations: A Handbook*, chapter 18, pp. 285-298 Emerald Publisher.
- INVERSINI A. & TUSSYADIAH I. (2015) *Information and Communication Technologies in Tourism 2015*, Springer International Publishing Switzerland
- KOO, C., GRETZEL, U., HUNTER, W. C., & CHUNG, N. (2015). "The role of IT in tourism". *Asia Pacific Journal of Information Systems*, 25(1), 99–104.
- LAESSER Ch. & BERITELLI P. "St. Gallen Consensus on Destination Management", *Journal of destination marketing & management*, n°2, 2013, pp. 46-49
- LAMSFUS C., WANG D., ALZUA-SORZABAL A., XIANG Z. (2015). "Going Mobile: Defining Context for On-the-Go Travelers". *Journal of Travel Research*, November 2015 54: 691-701
- LAW, R., BUHALIS, D., & COBANOGU, C. (2014). "Progress on information and communication technologies in hospitality and tourism". *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 26(5), 727–750.
- LYUS. & LEE H. "Preferences for tourist information centres in the ubiquitous information environment", *Current Issues in Tourism*, Volume 17, Issue 9, 2014, pp. 1-16
- MAC KINSEY FRANCE, *Accélérer la mutation numérique des entreprises : un gisement de croissance et de compétitivité pour la France*, septembre 2014.
- MISTILIS, N., BUHALIS, D., and GRETZEL, U., (2014). "Future eDestination Marketing: Perspective of an Australian Tourism Stakeholder Network", *Journal of Travel Research*, 53, 1-13
- NEUHOFER B., BUHALIS D. & LADKIN A. (2012). "Conceptualising technology enhanced destination experiences". *Journal of Destination Marketing & Management*, 1(1–2), p. 36–46.
- PECHLANER H., KOZAK M. and VOLGGER M. (2014). "Destination leadership: a new paradigm for tourist destinations?" *Tourism Review*, Vol. 69, N°1, pp. 1-9.
- PONTI O. (2014). "Observation touristique permanente à l'échelle d'une métropole. L'expérience d'Amsterdam", *Revue Espaces*, n°316
- SALVADORE M., MENVIELLE L., TOURNOIS N. (2015). "Diffusion des services mobiles et mobilité du consommateur : une étude sur les déterminants et les conséquences des usages au cours d'un séjour touristique", *Management & Avenir* 2015/3 n°77, pp. 163-185
- Social Média (2014), *Les destinations françaises sur les réseaux sociaux*. (<http://www.tourisme-lavallouise.com/otvadevwp007/wp-content/uploads/2014/11/Etude-social->

media-Destinations-françaises-2014.pdf

SOMEROM. (2012). "Helsinki City Tourist Information in the near future - The expectations of the stakeholders", University of applied sciences Haaga-Helia, Denmark, 2012. <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13683500.2014.912205#.VHjL44t4r4Y>.

Telecom Valley (2012), Livre blanc Open Data, TIC et Tourisme. <http://s3.amazonaws.com/invattur/documentos/livre-blanc-open-data-tic-eu-tourisme/Livre-Blanc-Open-Data-TIC-Et-Tourisme-Telecom-Valley.pdf>

TERRIER C., (2014), "Big data is watching you. La guerre des traces est déclarée", in *Revue Espaces* n°316

XIANG Z., MAGNINI V. et FESENMAIER D. (2015), "Information technology and consumer behavior in travel and tourism: Insights from travel planning using the internet", *Journal of Retailing and Consumer Services* 22, pp. 244–249.

ZEHRER A., RAICH F., SILLER H., TSCHIDERER F. (2014). "Leadership networks in destinations", *Tourism Review*, Vol. 69(1), pp. 59-73

ZEGHNI (2015). "Governance of partnerships et alliances in tourism businesses and destinations", in GURSOY D., SAAYMAN M. & SOTIRIADIS M. (Editors), *Collaboration in tourism businesses destination. A handbook*, Chapter 17, pp. 273-284 Emerald Publisher.

L'observation géopolitique des tourisms :

acquis, enjeux et perspectives

Dory Daniel, Maître de conférences géographie,

Université de La Rochelle, Institut des Amériques.

daniel.dory@univ-lr.fr

Résumé :

Partant du constat du faible intérêt pour les questions liées au tourisme dans le domaine géopolitique, on s'attachera dans cette communication de caractère exploratoire, aux trois points suivants :

1) L'observation des flux touristiques comme indicateurs géopolitiques de la capacité des Etats à assurer la sécurité et le contrôle dans la totalité ou une partie de leur territoire.

2) Les touristes comme objets de risques spécifiques liés à des conflits à différents niveaux et échelles, depuis l'immobilité forcée du fait de mouvements sociaux plus ou moins violents jusqu'à la prise d'otage et/ou l'assassinat. 3) Les effets des stratégies d'appropriation compétitive des lieux, a n de produire des codes géopolitiques susceptibles de maximiser des bénéfices politiques, économiques et symboliques / identitaires. Exemples: la mise en tourisme du Sahara Occidental par le Maroc, et le cas de la Bolivie Orientale.

On s'attachera donc à explorer des enjeux spécifiques à la géopolitique dans le comptage et l'identification des touristes, qui incluent les aspects sécuritaires (menace « terroriste », par exemple), tout en les englobant dans la problématique plus vaste des acteurs, flux et lieux de la mondialisation économique (légale et/ ou criminelle), politiques (zones grises...) et symboliques (patrimoines identitaires, « hauts lieux » et vecteurs de différenciation culturelle conflictuelle).

Mots clés: Géopolitique, tourisme

Introduction

Si l'on s'en tient à la littérature disponible, la rencontre entre la géopolitique et le tourisme, ou plutôt les tourisms, tant l'hétérogénéité de cet objet doit être prise en compte d'entrée de jeu, est à la fois assez récente et de faible intensité. En outre, les contacts ont pour la plupart été réalisés par des chercheurs ou des professionnels du tourisme soucieux de traiter de questions diverses, désignées comme « géopolitiques » sans grande précision terminologique. Il en résulte un petit nombre de travaux de portée et de qualité très inégale parmi lesquels on peut relever les suivants, qui se réfèrent explicitement à la géopolitique. On a tout d'abord l'article pionnier de Nathalie Raymond (2004) qui explore les enjeux du tourisme dans une perspective empirique et comparative à partir de deux études de cas latino-américains. Ce texte, assez peu utilisé, a été suivi par deux publications qui ont en quelque sorte défriché la problématique dans l'aire francophone. Il s'agit d'abord du numéro d'*Hérodote* (N° 127, 2007) consacré à la géopolitique du tourisme, contenant une grande variété de matériaux intéressants, mais dont l'ensemble pâtit de l'absence d'élaboration théorique qui caractérise cette revue. Ensuite, le livre de Jean-Michel Hoerner (2008) aurait pu constituer une avancée majeure si ses nombreuses déficiences et lacunes de forme et de fond n'en avaient réduit la portée¹.

Avec l'article de David Weaver (2010) on voit s'ébaucher une approche théorique argumentée de la géopolitique du tourisme, qui prend simultanément en compte la diversité des acteurs, le jeu des échelles et niveaux d'analyse, ainsi que l'importance des facteurs temporels. Significativement, à cette date encore, cet auteur peut écrire que : « [t]he relation between tourism and geopolitics in the literature has been characterized by mutual neglect » (Weaver, 2010, p. 48). L'année suivante un court texte traite des rapports entre tourisme et conflits dans une perspective principalement didactique (Hecker, 2011).

En 2013 un numéro thématique de la *Revue Internationale et Stratégique* ²(N° 90, 2013) contient une approche synthétique des enjeux sécuritaires, économiques et internationaux du tourisme (Matelly, 2013), ainsi qu'une bonne étude historique du tourisme international, envisagé notamment dans une perspective géopolitique, prenant en compte l'importance du fait étatique et de son érosion dans un nombre

¹ Voir, par exemple, Maie Girardot, « La géopolitique au risque du tourisme », *Espaces-Temps. Net*, 12-06-2008.

² Ce numéro fait suite à un colloque sur « Les enjeux géopolitiques du tourisme » organisé en 2012 par l'IRIS et la ville d'Enghien-les-Bains, dont on trouve le compte-rendu sur le site web de l'IRIS. A noter que la même année *CLES*, la note hebdomadaire N° 77, 19 juillet 2012, de l'ESC de Grenoble est consacrée à la géopolitique du tourisme

croissant de territoires et/ou d'espaces (Dehoorne, 2013)³. Plus récemment, est parue une étude très critique du tourisme au Costa Rica qui, malgré son cadre théorique inadéquat (car basé sur une opposition Nord/Sud mal problématisée), soulève un certain nombre de questions importantes (Navarro, 2014). Enfin, Webster et Ivanov (2015) s'attachent à évaluer les conséquences à court et moyen terme des transformations actuelles du monde mondialisé pour l'industrie du tourisme.

Ce bref survol de la littérature permet de constater (outre sa rareté), qu'elle est dans sa très grande majorité l'œuvre de spécialistes du tourisme (géographes, économistes, professionnels, etc.), alors que les chercheurs qui s'inscrivent dans le domaine de la géopolitique n'y occupent qu'une place marginale⁴. Cette impression est aisément confortée par l'absence d'une entrée « tourisme » dans les dictionnaires de géopolitique ou dans les index ou tables de matière des manuels courants. Sans doute ce désintérêt tient-il en grande partie à une vision superficielle du tourisme, conçu comme une activité « peu sérieuse », voire négligeable.

Pourtant, il existe un ensemble de très bonnes raisons qui justifient un intérêt pour le tourisme de la part des chercheurs et praticiens de la géopolitique. En premier lieu il s'agit du caractère massif du tourisme, tel qu'il est mesuré au sein du système des Nations Unies par l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT), selon laquelle il concernerait en 2014 plus d'un milliard de personnes, soit entre 14 et 15% de l'Humanité (OMT, 2014), dont 52% serait motivé par les « loisirs, la détente et les vacances ». Si l'on ajoute à ces chiffres le fait que le tourisme représenterait suivant la même source, par ses effets indirects et induits autour de 9% du PIB mondial et environ un emploi sur onze dans le monde, il est clair que l'on a affaire à un phénomène majeur de la mondialisation dont les aspects économiques, socioculturels et politiques méritent l'attention de quiconque s'engage dans la réflexion géopolitique.

En outre, la diffusion différentielle du tourisme dans le monde suivant une périodisation et des localisations spécifiques, entre pleinement dans le champ de l'analyse géopolitique concernée par des flux, des lieux, des représentations et des identités qui sont l'objet de processus d'appropriation compétitive (donc potentiellement conflictuelle). Encore faut-il, pour qu'une géopolitique du tourisme émerge véritablement comme champ thématique spécialisé, qu'un cadre théorique soit construit, au moins à titre de proposition préliminaire soumise à validation, afin de permettre à la fois un approfondissement de la recherche en tant que telle, et des échanges interdisciplinaires fructueux, notamment

3 Une version anglaise de ce texte : Dehoorne et al. 2014

4 En réalité, seuls deux textes (inclus dans le numéro thématique d'*Hérodote*) sont l'œuvre de chercheurs spécialisés en géopolitique.

avec les spécialistes et les praticiens du tourisme. C'est dans cette perspective qu'on présentera ici en premier lieu une définition de la géopolitique permettant d'organiser un cadre général d'analyse du tourisme. Ensuite, les objets centraux de l'observation géopolitique des tourisms seront exposés, permettant, enfin, d'intégrer les enjeux touristiques dans l'étude des situations géopolitiques.

Notions de base et cadre général d'analyse

Dans le but de fonder notre propos, il est nécessaire, face à l'énorme confusion régnant en la matière, de proposer *une définition de la géopolitique* comme domaine transversal incluant l'analyse disciplinaire scientifique, la formulation de doctrines positionnées et l'élaboration de pratiques géostratégiques basées sur des scénarios prévisionnels, concernant les procès d'appropriation compétitive de territoires étatiques et d'espaces tridimensionnels variés (donc incluant la volumétrie), par des acteurs de puissance inégale, qui produisent des situations géopolitiques par la combinaison de séquences temporelles emboîtées et d'échelles et niveaux spatiaux variés dans un système mondial clos.

Il est hors de propos de discuter ici en quoi cette définition diffère ou complète les autres innombrables définitions de la géopolitique existantes. Tout au plus insistera-t-on sur les quelques points suivants.

D'abord l'idée de *domaine* permet d'intégrer, sans les confondre, les différentes manifestations de la géopolitique, comme discipline à vocation scientifique, comme ensemble de propositions doctrinales (donc normatives) concernant un espace et/ou un territoire, incluant les représentations dont il est l'objet ; et les pratiques qui découlent plus ou moins des acquis disciplinaires et des positions (spatiales et doctrinales) des acteurs qui configurent les situations géopolitiques.

Ensuite, *l'appropriation*, telle qu'entendue dans le cadre de notre définition renvoie simultanément à trois ordres de faits : a) l'appropriation matérielle et/ou le contrôle politique (d'un territoire, d'une ressource, d'une part de marché, d'une plage, etc.) ; b) l'appropriation idéale qui concerne les représentations individuelles et collectives concernant des lieux et les gens qui s'y trouvent. Cette appropriation (éventuellement compétitive et polémique) renvoie notamment aux attributs

identitaires et concerne, par exemple, l'image pays d'une destination touristique, la toponymie, la cartographie, l'iconographie, etc. ; c) l'appropriation renvoie aussi à l'action de « rendre propre à » c'est-à-dire à l'aménagement d'un territoire en vue de la réalisation de projets de différents acteurs publics et privés (construction de fortifications, de routes, aménagement d'infrastructures touristiques et/ou de zones franches). Cette appropriation est compétitive lorsqu'elle porte sur des ressources rares (pétrole, eau, littoraux susceptibles d'être mis en tourisme, etc.) qui sont convoités par au moins deux acteurs (Etats, entreprises transnationales, réseaux criminels, collectivités locales, individus « puissants »...). Il en résulte alors un conflit qui peut prendre des formes plus ou moins violentes, allant de la simple procédure judiciaire à la guerre d'extermination.

Enfin, il convient de distinguer *les territoires* qui relèvent d'une appropriation politique, généralement par un pouvoir étatique, ethnique ou religieux, de *l'espace* qui renvoie indistinctement à la surface de la Terre et/ou aux parties de celle-ci qui ne font pas l'objet d'une appropriation étatique (Antarctique, haute mer...). Par conséquent, on comprend ainsi aisément que la distinction entre les échelles (qui renvoient à une dimension généralement représentée cartographiquement de l'espace), et les niveaux qui concernent la hiérarchie emboîtée des unités politico-administratives (municipales, cantonales, départementales, régionales, etc.). Un dernier point mérite encore d'être signalé, à savoir l'importance assez récente accordée dans la réflexion géopolitique à la tridimensionnalité, c'est-à-dire aux volumes, incluant notamment l'espace sous-terrain (tunnels, grottes, nappes phréatiques, gisements de pétrole...), et aérien (contrôle du survol d'un territoire, maîtrise des hauteurs d'une ville ou d'un site paysager)⁵.

D'autres éléments de notre définition, comme la transversalité de la géopolitique, la conception du système mondial clos, supposent pour leur pleine élucidation un long détour par l'histoire de la géopolitique qui ne trouve pas sa place ici⁶. Par ailleurs un certain nombre d'idées et de concepts seront précisés plus loin, en rapport direct avec la problématique de la géopolitique du tourisme qui nous occupera désormais exclusivement, et dont le graphique suivant donne un aperçu d'ensemble.

5 Voir, notamment Elden (2013), où une partie des exemples concerne directement le tourisme.

6 Une solide connaissance de l'histoire de la géopolitique est toutefois indispensable pour quiconque décide de s'engager dans la recherche spécialisée, que cette dernière porte ou non sur le tourisme. A ce propos on peut notamment lire : Parker (1985) ; Dussouy (2006) et Louis (2014) qui fournissent une première vision d'ensemble.

Fig. 1 : Champ d'étude de la géopolitique des tourisms

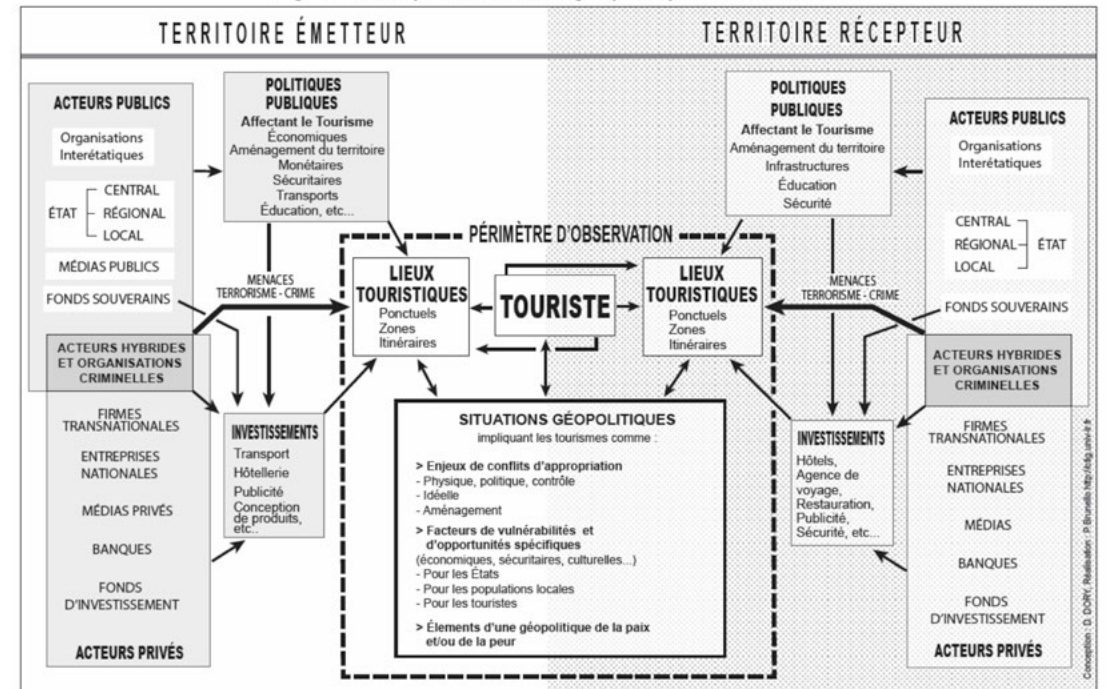


Figure 1 : Les objets de la géopolitique des tourisms
(Conception D. Dory, Réalisation P. Brunello, 2014)

Un bref commentaire des principaux composants de ce graphique, hors « périmètre d'observation » (dont il sera question par la suite), permet d'une part de mettre en évidence un certain nombre d'acteurs, et d'autre part d'introduire la dimension temporelle, indispensable pour l'analyse des situations géopolitiques.

Les acteurs mentionnés dans le graphique (qui sont sans doute les principaux, mais non les seuls) se trouvent repartis de manière à peu près symétrique entre des territoires émetteurs et récepteurs. Ce point est important car en géopolitique ce sont, bien évidemment, les interactions entre acteurs et espaces qui intéressent la réflexion et la recherche. Par conséquent ce sont donc bien des espaces politiquement appropriés qui nous concernent ici, et le terme « territoire » renvoie donc avant tout aux Etats et à leurs divisions politico-administratives. Les organisations interétatiques sont des associations d'Etats aux caractéristiques diverses (ONU, UE, OTAN, etc. et aussi OMT). Corrélativement, la sphère étatique comprend un certain nombre d'acteurs qui se différencient des acteurs essentiellement privés. Et à l'intersection entre ces deux ensembles on trouve des acteurs divers (parfois criminels) qui composent une nébuleuse hybride.

Dans la perspective de la géopolitique des tourisms quelques indications peuvent être fournies sur ces différents acteurs.

L'Etat, même érodé, affaibli, privé d'une partie de sa souveraineté et contesté, demeure un acteur fondamental, dont la présence s'inscrit dans la carte politique du monde que l'on trouve dans n'importe quel atlas généraliste.

En géopolitique on s'intéresse d'abord aux caractéristiques de chaque Etat (étendue, position, aspects démo-culturels, frontières, etc.) dont l'étude a longtemps relevé principalement de la géographie politique⁷. Les Etats ne sont pas seulement inégaux par rapport aux variables mentionnées antérieurement, ils ont aussi des capacités différentes d'action, c'est-à-dire de planifier et de réaliser des politiques publiques (dont touristiques), et plus généralement de contrôler l'ensemble ou une partie de leur territoire. Ce sont donc ces différents éléments qui doivent être considérés dans l'analyse de l'Etat (et de chaque Etat), au-delà des simples aspects institutionnels, certes importants, mais qui ne sauraient se limiter au clivage idéologico-normatif entre « dictature » et « démocratie », souvent brandi par l'Axe du Bien pour sanctionner ou bombarder l'Axe du Mal⁸. Enfin, certains Etats ont, par le biais de leurs fonds souverains, des capacités d'investir sélectivement dans des lieux et segments de l'industrie touristique, avec des effets qui mériteraient d'être mieux compris, (Karyotis, 2011).

Les organisations interétatiques ont une extension soit mondiale (ONU et ses divers instruments depuis 1945), soit macro-régionale (UE, OEA, OTAN, etc.). Dans la majorité des cas elles tendent à absorber progressivement les attributs étatiques de la souveraineté au détriment des Etats, dans un processus orienté vers la gouvernance mondiale qui connut une notable accélération depuis la fin de l'ordre bipolaire en 1991, (moment qui inaugure, par ailleurs, une expansion sans précédent du tourisme international de masse).

En ce qui concerne la géopolitique du tourisme, au moins deux axes de recherche peuvent être signalés. En premier lieu l'insertion de la problématique touristique dans les différentes organisations interétatiques, (motivations, impacts et résultats) mériterait d'être systématiquement explorée. Et en particulier une étude géopolitique de l'Organisation

7 Pour des raisons historiques, idéologiques et corporatives diverses, la géographie politique a souvent été considérée (surtout au XXe siècle) comme distincte de la géopolitique. Il est cependant aisé de démontrer que cette branche de la géographie constitue l'une des composantes majeures de la géopolitique conçue comme un domaine transversal. Pour quelques aspects de ce débat, voir Rosière (2003, 1^{re} Ed.) qui fournit un bon exposé de ces questions suivi d'une utile bibliographie ; ainsi que Sanguin (2013).

8 Sanctions et bombardements qui ont aussi des conséquences sur le tourisme, comme le mentionnent, par exemple, Stafford et Sarrasin (2003).

Mondiale du Tourisme, dont l'histoire fait intervenir un grand nombre d'acteurs avant et après 1945, et qui devient assez tardivement (en 2003) une institution spécialisée du système onusien livrerait, sans aucun doute, des enseignements plus substantiels que les deux paragraphes (par ailleurs utiles) que J.-M. Hoerner lui consacre (2008, pp. 34-35).

En deuxième lieu, et en relation avec ce qui précède, l'influence des orientations du système onusien (mais aussi de nombreux autres acteurs tels que ONG et firmes transnationales) sur la conception, la signification et les implications de l'activité touristique, devrait mobiliser l'attention. On songe en particulier ici à l'émergence à partir de la Conférence de Rio en 1992 de la thématique du développement durable, à propos de laquelle on commence à disposer de quelques approches géopolitiques (Gauchon ; Tellene, 2005 ; Tsayem-Demaze, 2011), et sa focalisation progressive sur la question du changement climatique et de sa gouvernance globale (Barnett, 2007 ; Hommel ; Murphy, 2013 ; Dalby, 2013). En matière de tourisme ceci débouchera sur certaines formes de tourisme « écologique », « équitable », « participatif » « durable », et « responsable »⁹ (Ruiz, 2013), dont les implications pour les territoires émetteurs et récepteurs entrent incontestablement (aussi) dans le champ de la géopolitique. C'est ce qui ressort, par exemple, d'un article de J.-C. Gay (2015) à la croisée du changement climatique, des stratégies victimaires des micro-Etats et du tourisme.

L'action de l'Etat se réalise au moyen de politiques publiques (Dory, 2000, chap. 1) dont la conception et la mise en œuvre peut être autonome ou, ce qui est le plus souvent le cas, influencée ou imposée par des organisations interétatiques (ONU, PNUD, UE, etc.) et/ou transnationales (ONG, lobbies divers, organisations criminelles...). Ces politiques peuvent être spécifiquement destinées à promouvoir le tourisme dans certains lieux, sélectionnés en fonction de critères variés, et sous certaines formes (type de tourisme, clientèle visée...) en vue de bénéfices attendus pour des acteurs spécifiques (élites locales, populations autochtones, firmes transnationales du tourisme, investisseurs, etc.)¹⁰. A ces politiques publiques qui aboutissent à la mise en tourisme d'espaces déterminés, et dont l'analyse géopolitique ne présente pas de difficulté particulière (pour autant que l'on dispose d'un cadre théorique approprié et de l'information indispensable) s'ajoutent toutes celles qui, bien que non directement conçues en fonction du tourisme, ont néanmoins des effets indirects (positifs et négatifs) sur ce dernier.

Bien entendu, on peut sans mal comprendre que l'ensemble des politiques publiques, notamment en matière de relations internationales, mises en œuvre par un Etat contribuant

9 On a même pu lire il y a quelques années un plaidoyer pour une disneylandisation « responsable » de la planète... (Brunel, 2012).

10 Voir, par exemple, Hillali, 2007 ; Mallet, 2007.

à dessiner son image-pays auprès de visiteurs potentiels et de l'industrie touristique. Plus spécifiquement on peut mentionner l'impact sur le tourisme des politiques économiques qui incluent les taux de change et les contraintes fiscales qui expliquent, par exemple, que bon nombre de « paradis touristiques » insulaires soient en même temps des paradis fiscaux (Piolet, 2013). De même les politiques éducatives peuvent contribuer à la formation du personnel qualifié de l'industrie touristique et aux compétences linguistiques des populations locales. Les politiques d'équipement, surtout de transport (aéroports, routes, ports...) et de communication ont, elles aussi, des incidences évidentes sur le tourisme, et entrent dans l'ensemble des politiques publiques d'aménagement du territoire dont l'étude géopolitique est bien établie (Subra, 2008). Enfin, les politiques de sécurité intérieure, concernées par la délinquance, la criminalité et le terrorisme, jouent un rôle croissant dans l'évaluation et la gestion des destinations touristiques (Moscatello ; Morard-Rebuffet, 2013).

Les acteurs privés qui participent par des investissements totalement ou partiellement du tourisme constituent un vaste ensemble, dont l'énumération varie en fonction des territoires concernés. On y trouve d'abord, bien entendu, les entreprises (nationales et transnationales) du secteur hôtelier, de la restauration et des voyages, dont l'activité est soumise aux caractéristiques générales (dont politiques et juridiques) des territoires émetteurs et récepteurs. Une première approche de ces entreprises est proposée dans le chapitre 8 de Hoerner (2008, pp. 79-104), que l'on peut approfondir à l'aide du texte plus théorique de Rosière (2010). Le rôle des banques et des fonds d'investissement pour le financement de l'industrie touristique est souvent décisif et encore peu étudié dans la perspective qui nous occupe ici.

Le cas des compagnies aériennes est un peu particulier, car un certain nombre d'entre elles sont strictement étatiques, alors que d'autres sont privées ou relèvent de montages complexes privé /public qui en font des acteurs hybrides (Biplan, 2004). Les médias (dont Internet) sont une autre catégorie d'acteurs dont la présence couvre tout le spectre public/privé : leur étude géopolitique est incipiente, (Boulangier, 2014), et on les retrouvera plus loin à propos de l'analyse des situations géopolitiques impliquant le tourisme.

Par acteurs hybrides on entend ici les entités qui se trouvent à l'intersection flexible et légale entre les secteurs public-étatique et la sphère privée, ou encore à la confluence entre les intentions politiques et criminelles (par exemple les narco-guérillas colombiennes ou AQMI...)

Beaucoup d'acteurs hybrides ne sont pas du tout criminels, et leurs activités peuvent

viser la promotion de certaines activités thématiques impliquant directement le tourisme, comme la protection de l'environnement ou du patrimoine culturel. On songe ici à des associations, et surtout à des ONG. L'hybridité en la matière résulte surtout des sources de financement plus ou moins opaques dont ils disposent, de leur inclusion (ouverte ou non) dans des stratégies étatiques et dans les mécanismes supra-étatiques de prise de décision (Chasles, 2010).

Les acteurs criminels, quant à eux, configurent et/ou menacent directement le tourisme de plusieurs manières. Sans pouvoir approfondir ici cette problématique qui commence à être bien étudiée (Dasque, 2008 ; Champeyrache, 2009 ; Gayraud ; Thual, 2012 ; Rauffer, 2013), il suffit de rappeler la participation d'organisations criminelles et/ou mafieuses dans la création de destinations touristiques (depuis Las Vegas jusqu'au littoral méditerranéen espagnol), la construction d'infrastructures hôtelières diverses, la restauration et les casinos comme moyen de blanchiment d'argent sale, etc. Ces mêmes organisations, ou d'autres aux caractéristiques principalement politiques, menacent, enfin, directement les touristes et les lieux qu'ils fréquentent sous la forme de diverses activités violentes, généralement catégorisées comme « terroristes ». Nous reviendrons sur ce phénomène, pris en considération depuis au moins les années 1980 par des chercheurs s'intéressant au tourisme (Richter ; Waugh, 1986), dans la suite de ce texte.

Avant de poursuivre le commentaire du graphique qui sert de support à cet exposé, il est nécessaire maintenant d'introduire la dimension temporelle dans l'élaboration du cadre général de la géopolitique du tourisme.

La périodisation, sous-tend l'ensemble de la réflexion géopolitique, et à ce titre constitue donc également un référent pour l'analyse des situations impliquant le tourisme.

Sans qu'il soit possible ici de justifier pleinement la périodisation retenue¹¹, on peut considérer les moments suivants comme les manifestations d'ordres du monde successifs, envisagés en fonction de l'émergence, de la consolidation et de l'érosion de l'Etat moderne.

- *XVIe – XIXe siècles*, période de conformation progressive de l'ordre moderne européen à partir du procès d'appropriation du monde (les Grandes Découvertes) et de constructions étatiques territoriales (notamment manifestées lors des traités de Westphalie, 1648). Le XIXe siècle peut être considéré comme l'aboutissement de ces processus qui débouchent

11 Pour l'abondante littérature à ce sujet on peut notamment consulter Taylor, 1993 ; Schmitt, 2012 ; Coutau-Bégarie ; Motte, 2013

sur la période suivante :

- *Fin du XIXe siècle – 1945*. La fin du XIXe siècle se caractérise à la fois par l'appropriation territoriale pratiquement complète du monde (sous forme d'Etats nationaux, de colonies et de protectorats), donnant lieu à un monde clos (Mackinder, 1904), et par l'apparition du tourisme en Europe comme pratique aristocratique. Cette période, qui voit l'effondrement de l'ordre européen à la suite de la Première Guerre mondiale, du Traité de Versailles (1919), et de la Société des Nations qui résulte de l'influence croissante des Etats-Unis et des conséquences de la guerre civile européenne (Nolte, 2011), débouche sur l'ordre bipolaire de la guerre froide.

- *1945 – 1991*. Cet ordre bipolaire (Ouest-Est), stabilisé par la dissuasion nucléaire, est aussi le contexte de l'émergence d'un Tiers Monde issu des décolonisations successives, où le passage progressif de la condition d'indigène à celle d'indigent est corrélatif au développement d'un tourisme international vers des destinations exotiques (Dory, 1994-5).

- *1991-2001*. La disparition du communisme étatique en Europe et la recomposition de l'ordre du monde qui en résulte inaugure une période où s'articulent des processus de mondialisation (dans le sens de l'extension tendancielle à l'ensemble de l'espace terrestre) en matière économique (production et échange de biens et de services), environnementale (crise « écologique » et normes universelles pour l'affronter, comme l'Agenda 21 issue de la conférence de Rio en 1992), technologique (surtout en rapport avec les transports et les communications). Ces phénomènes sont concomitants à des transformations idéologico-politiques tendant à la diffusion de valeurs (droits de l'Homme, notamment), de modes de gestion des sociétés (démocratie libérale supposée universalisable) et par conséquent à l'instauration progressive des instruments d'une gouvernance globale dont les Etats (sauf un ?) ne seraient que des instruments de moins en moins souverains, consacrés avant tout au contrôle des populations et à l'extraction/circulation de ressources financières. Le tourisme, international et interne, au cours de cette période connaît une expansion sans précédents, dont les aspects économiques et sociaux ont fait l'objet de maints études (Hjalager, 2007 ; Hoerner, 2008). Plus fondamentalement, et au-delà des volumes effectivement impressionnants du nombre de touristes, parts de PNB, emplois, etc., c'est le rôle du tourisme à la fois comme conséquence et comme vecteur de la mondialisation (Lopez, 1996 ; Brunel, 2012) qui mériterait des recherches comparatives systématiques dans une perspective géopolitique.

- *2001- ?* La question de savoir si les attentats ayant affecté les Etats-Unis le 11 septembre 2001 ouvrent une nouvelle période dans l'ordre du monde a été intensément débattue (Kennedy-Pipe ; Rengger, 2006), et on ne cherchera pas à la trancher ici. Tout au plus peut-on observer que la « guerre contre le terrorisme » (c'est-à-dire soit contre une technique, soit contre un adjectif...), ainsi que ses conséquences et les métamorphoses plus ou moins récentes du terrorisme ont affecté -et affectent encore- l'activité touristique de manière significative, et ce dans un contexte international hautement instable (Denécé ;

Meyer, 2006 ; Webster ; Ivanov, 2015). Et c'est précisément dans ce contexte qu'il nous faut poursuivre l'observation géopolitique des tourisms. Et ce, sachant que cette grande périodisation inclut -de manière emboîtée- des moments qui caractérisent la temporalité propre aux niveaux étatiques, supra étatiques et infra étatiques de chaque territoire.

Les objets de l'observation géopolitique des terrorisms

L'analyse géopolitique des tourisms, une fois l'ensemble des acteurs contextuels pris en considération (voir supra), porte d'abord sur trois séries d'objets : des touristes, des lieux et des flux.

Les touristes sont immédiatement observés comme ils viennent : c'est-à-dire tels qu'ils sont définis et comptés par l'OMT. Ces premières données qui posent des problèmes méthodologiques et théoriques (Terrier, 2006) sont issues -il est bon de le rappeler- d'un organisme consacré à la « *promotion* du tourisme durable, responsable et accessible à tous » (OMT, 2014, p. 3, souligné par nous) et dont les origines sont « militantes » comme le rappelle Hoerner (2008, p. 35). Ces chiffres, à leur tour proviennent de rapports établis, en fonction de critères et méthodes de l'OMT, par les Etats membres (156 en 2013) qui disposent d'outils statistiques diversement performants et d'intérêts variés à produire des chiffres plus ou moins exacts. Ce point est important car il suggère la nécessité d'une lecture critique de ces données en fonction de la situation géopolitique de chaque pays. A titre d'exemple, il n'est pas rare que les gouvernements utilisent les « entrées de touristes » (évidemment en hausse) pour légitimer aux yeux de l'opinion interne et externe, leur gestion des affaires publiques (par exemple : Richter, 1992 pour les Philippines de Marcos, et Raymond, 2004, pour le Pérou de Fujimori). Les difficultés inhérentes à la différenciation entre « visiteurs »/ « voyageurs »/ « touristes » internationaux et internes suivant les lieux et les périodes aident grandement à des procédés de ce genre, souvent riches en enseignements pour peu qu'on y prête l'attention requise.

Egalement intéressantes pour la réflexion géopolitique sont les catégorisations des types de touristes, surtout celles qui les associent aux cycles de destinations touristiques dans le prolongement de la démarche pionnière de Plog (1974). Et ceci sans oublier qu'au cours de son séjour le touriste peut être, en fonction des conjonctures, témoin, criminel, ou victime à titres divers (Sönmez, 1998).

Les lieux mis en tourisme et/ou impliqués directe ou indirectement par les tourisms ont

connu une remarquable expansion depuis 1945 et surtout à partir des années 1990¹², en tant que composante du processus de la mondialisation évoquée plus haut. Il n'en reste pas moins vrai que le tourisme est très loin de concerner l'ensemble de l'œcoumène et résulte d'une appropriation sélective d'un certain nombre (croissant) de points, lignes, et zones de la surface terrestre, par des acteurs publics et/ou privés très hétérogènes suivant les moments et les lieux.

Partant de ce constat, l'observation géopolitique des lieux touristiques (ici compris dans une acception générique) s'intéressera d'abord à leur insertion dans (ou comme) des territoires politiques, et principalement étatiques, avant de procéder à l'analyse de leurs caractéristiques géopolitiques.

L'inclusion des lieux touristiques dans des Etats, au-delà du constat d'évidence, ouvre un vaste champ de réflexions et de recherches géopolitiques, dont on peut fournir ici les linéaments principaux.

Il importe ici de considérer, d'abord, la situation et la configuration de l'Etat (île, archipel, enclavement, etc.) et -surtout- sa capacité à programmer et à réaliser des politiques publiques (dont celles concernant les tourisms). On se trouve ici en présence d'un continuum théorique entre des Etats forts et/ou totalitaires (Corée du Nord, Chine, Cuba, dans une certaine mesure), et les diverses variétés d'Etats faillis (Somalie, Irak, RDC, Haïti, etc.). L'essentiel des flux vers des lieux touristiques se réalisant dans des configurations intermédiaires principalement évaluables par la capacité des Etats à assurer le contrôle (et donc une certaine sécurité) sur une partie ou la totalité du territoire. L'importance de ce fait est évidente pour le tourisme et bien documentée (Sönmez, 1998 ; Dehoorne, 2013).

Deuxièmement, les lieux touristiques se trouvent dans des Etats dont l'économie dépend plus ou moins fortement du tourisme, et/ou dont l'image internationale est un facteur clé pour attirer des investissements ou des prêts, lesquels à leur tour peuvent assurer la stabilité interne des gouvernements en exercice. La mesure dans laquelle l'« image pays », c'est-à-dire la représentation dominante d'un pays telle qu'elle est véhiculée (quelles que soient les manipulations ou distorsions) par les médias internationaux est corrélée à l'image de ce même pays comme destination touristique, est un des thèmes qui mériterait des recherches approfondies¹³, tout comme l'importance que l'on accorde à tel ou tel lieu touristique dans la construction de cette image. De même, l'analyse des politiques publiques concernant spécifiquement le tourisme (au niveau de l'Etat central et

12 Sur ce point voir, par exemple : Stock, 2003, chap. 4.

13 On songe, par exemple, aux enseignements que l'on pourrait tirer d'une comparaison de l'image (et de l'attractivité) touristique de divers territoires récepteurs mesurée à l'aide d'indicateurs communs, avec des indices de la corruption, de la liberté d'expression, de la solidité de l'Etat, du risque terroriste, etc.

des niveaux inférieurs), en soi indispensable, gagne beaucoup à être enrichie par l'analyse institutionnelle de la position des acteurs responsables dans les organigrammes des gouvernements, pouvoirs infraétatiques, collectivités locales, etc. A quoi s'ajoute l'étude fine des choix qui président à la désignation des responsables à chaque niveau. Ainsi, la question de savoir à quel parti/ethnie/groupe de pression appartient le responsable politique en charge directe d'un lieu touristique à un moment donné, les conditions de sa désignation, et les intérêts qu'il représente, fait partie intégrante de l'analyse géopolitique des lieux touristiques.

Troisièmement, les lieux touristiques sont aussi à considérer en fonction de l'hétérogénéité des territoires étatiques. En effet, quelle que soit la raison dominante de cette hétérogénéité (physique, ethnique, religieuse, linguistique, économique...), la localisation précise des lieux touristiques mérite un examen approfondi. Car un tel lieu n'a pas la même signification s'il se situe dans la capitale d'un Etat centralisé (ex : Musée du Louvre, Place Rouge de Moscou), ou dans un département ou région exhibant des velléités particularistes, voir séparatistes (Corse, Crimée...). Il est donc intéressant de comprendre la logique qui préside à la distribution des lieux touristiques dans des unités politico-administratives plus ou moins souvent remaniés. Toute cette problématique gagnerait enfin énormément de l'intégration des acquis de la géographie électorale à la recherche en géopolitique des tourisms, tâche encore entièrement à réaliser.

Quatrièmement, en rapport avec le point antérieur, se pose la question des rapports entre les lieux touristiques et l'identité des groupes (sociaux, religieux, nationaux, etc.) plus ou moins vastes. Cette problématique identitaire, qui est au centre de la démarche géopolitique, a également été abordée par des spécialistes du tourisme concernant notamment les « lieux de mémoire », les paysages culturels, les monuments religieux et/ou politiques, etc. (Palmer, 1999). Cet aspect, sur lequel nous reviendrons, car il intervient souvent fortement dans la configuration de situations géopolitiques conflictuelles, se manifeste, par exemple, lorsque dans un pays hétérogène ce sont surtout des lieux et des paysages appartenant à la partie du territoire occupée par certains groupes ethnoculturels dominants qui sont mis en valeur, ce qui contribue à produire une image-pays (à usage interne et externe) contestable. Le cas de la Bolivie, habituellement présentée seulement comme « pays andin » peut servir d'illustration de ceci, alors qu'en réalité plus de 60% du territoire bolivien (l'Orient) a de toutes autres caractéristiques géographiques et ethnoculturelles. Et c'est précisément cette différence/rivalité entre Occident et Orient bolivien (Dory, 2008), qui sous-tend en grande partie les stratégies de promotion touristique du département oriental de Santa Cruz, dont les enjeux sont loin d'être seulement économiques.

Enfin, les Etats (et leurs lieux touristiques) se trouvent généralement inclus dans des

macro-régions formelles (UE, ASEAN...), ou informelles (Amérique latine, Moyen Orient...) ou *ad hoc* (par exemple celles du FMI ou de l'OMT). En ce qui concerne la dernière de ces régionalisations, celle de l'OMT, qui organise les ensembles statistiques et les mesures des flux touristiques inter et intrarégionaux (voir carte OMT, 2014, p. 3), il convient d'abord d'en percevoir le caractère instrumental et en partie arbitraire. Ce constat, qui s'appliquerait également à tout autre « découpage du monde », n'invalide donc pas la démarche en tant que telle, mais suppose une grande vigilance à l'heure de l'utilisation des données dans une perspective géopolitique. Ainsi, par exemple, le sous-ensemble « Amérique du Nord » inclut les Etats-Unis, le Canada et le Mexique ; ce dernier pouvant par ailleurs relever de la région informelle « Amérique latine », voir « Amérique centrale », suivant d'autres critères. La version OMT du Moyen Orient est également différente d'autres conceptions de cette macro-région. Enfin, on ne manquera pas de noter qu'Israël se situe, pour l'OMT en Europe (du Sud et Méditerranéenne), alors que la Palestine, elle, reste au Moyen Orient, ce qui transforme le Mur ou « barrière de séparation » israélienne en frontière statistique de l'Europe... Une Europe qui inclut d'ailleurs, toujours pour l'OMT, entre autres la Turquie et le Tadjikistan.

Par ailleurs l'effet régional (ici compris surtout dans son acception supraétatique) se manifeste également en matière de perception des risques liés à des lieux touristiques. Il est en effet bien établi (Richter ; Waugh, 1986 ; Sönmez, 1998, etc.) que dans la perception des visiteurs potentiels, un attentat ou conflit dans un lieu (ou dans un pays) a des effets dissuasifs sur des options portant sur des lieux et pays jugés similaires par effet d'analogie socioculturelle et/ou contiguïté. Ainsi, il est, par exemple, hautement probable que des attentats en Egypte et plus encore en Tunisie, affecteront les entrées de touristes au Maroc. De même, entre 1985 et 1995, l'effondrement du tourisme au Pérou du fait de l'insurrection menée par le Sentier Lumineux, impacta directement la Bolivie, souvent incluse dans des circuits transnationaux incluant, notamment, les ruines de Machu Picchu.

Les caractéristiques géopolitiques des lieux touristiques se dégagent de la mise en relation des points, lignes et zones de la surface terrestre mis en tourisme de diverses façons, avec les acquis de la démarche géopolitique concernant des lieux relevant des mêmes catégories. Quelques indications générales suffiront ici pour montrer l'intérêt de cette problématique.

Les points seront ici avant tout des villes (dont les fonctions politiques varient suivant leur éventuel statut de capitale d'Etat ou d'un autre niveau politico-administratif). La compétition que se livrent les Etats ou des régions infraétatiques pour conserver ou acquérir la puissance (économique, symbolique, etc.) inclut très souvent la promotion touristique de leurs villes, dont l'attractivité s'exprime par la capacité d'accueillir des rencontres et conventions internationales de tout genre. Il n'est que de songer aux après

négociations qui président au choix des lieux/villes où se dérouleront les plus importants événements sportifs mondiaux (Gillon ; Ravenel, 2014), pour saisir la nature géopolitique des enjeux.

A très grande échelle, les lieux touristiques ponctuels sont des monuments, des musées ou des sites naturels dont l'emplacement et/ou la signification peuvent donner lieu à des représentations contrastées, voire antagoniques (Light, 2001 ; Till, 2003), qui s'intègrent dans des situations géopolitiques suivant des modalités dont il sera brièvement question plus loin.

Les enclaves touristiques, autre variété de points, mériteraient aussi une étude géopolitique qui, au-delà de leurs caractéristiques propres (site, modes d'appropriation, type de fréquentation, etc.), s'appuie sur une comparaison avec les acquis des recherches, déjà substantielles, portant sur les *gated communities* et autres espaces résidentiels fermés (*L'Espace Politique*, 2012).

Les zones sont, on l'a vu, généralement des portions de territoires étatiques. Parfois, pourtant, l'ensemble du territoire de l'Etat peut être plus ou moins mis en tourisme, comme c'est le cas de certains Etats insulaires dont les spécificités géopolitiques (F. Doumenge, 1985) sont remarquables, tout autant que leurs réactions au tourisme lui-même (J.P. Doumenge, 2007 ; Gay, 2014).

Autre type de zone touristique possible, la montagne, présente elle aussi des particularités qui en font l'objet de réflexions géopolitiques d'ordre général (Lacoste, 2002), ou plus directement liées à des aménagements particuliers (Savelli, 2012), pour ne citer que cet exemple.

Les paysages culturels, valorisés comme héritages identitaires, nous intéressent ici également comme zones touristiques faisant l'objet d'une appropriation idéale dont les composantes idéologiques sont souvent clairement affirmées. C'est ce que l'étude du cas québécois par S. Gagnon (2007) montre en perspective historique.

Les lignes qui retiennent ici notre attention sont, d'abord les frontières qui permettent de compter les flux et de discriminer les touristes (internes ou internationaux). Leur effacement, porosité ou fermeture ont un impact suffisamment évident sur le tourisme pour qu'il soit nécessaire de nous y attarder. Mais les frontières peuvent aussi servir de supports à des aménagements touristiques dont les objectifs varient en fonction des situations, mais dont la composante géopolitique est toujours significative comme, par exemple, les parcs

naturels transfrontaliers en Afrique étudiés par Guyot (2006), parfois appelés « parcs de la paix » également en Amérique latine (souvent d'ailleurs lorsqu'ils sont installés de part et d'autre d'une frontière séparant des pays dont les relations n'ont pas été toujours très pacifiques). Des frontières ou des sites qui ne prennent leur importance que par rapport à elle (comme Pan Mun-Jom) peuvent, dans certaines circonstances être mises en tourisme, comme c'était jadis le cas du Mur de Berlin et aujourd'hui certaines portions de la frontière USA-Mexique.

Les littoraux (dont beaucoup sont également des frontières internationales) ont été abondamment étudiés sous l'angle de leur mise en tourisme, mais très rarement en incluant une problématique géopolitique, qui aurait pu commencer à se structurer à partir de quelques indications contenues, notamment, dans le stimulant article de Cazes (1999).

Relèvent également du linéaire les itinéraires et circuits qui visent à organiser des offres touristiques et/ou à canaliser des flux de visiteurs par l'association thématique des attractions que l'on y inclut. C'est, par exemple, la démarche adoptée surtout à partir des années 1990 en Bolivie, (Bolivia, 1997) en vue de promouvoir le tourisme tant interne qu'international hors des sites, généralement andins, habituellement fréquentés. C'est ainsi que l'on conçoit, par exemple, un circuit baptisé « La ruta del Che » en un premier temps, puis, face aux réclamations des anciens combattants boliviens et des familles des soldats tués au cours de la guérilla de 1967 : « Ruta de los combatientes del Che », dont les répercussions ne relèvent pas seulement de la géographie historique, mais impliquent aussi la gestion d'un itinéraire qui concerne deux départements (Santa Cruz et Chuquisaca) dont les politiques touristiques (et les sensibilités politiques) sont différentes.

Les flux que la recherche géopolitique en matière de tourisme est amenée à analyser lui sont d'abord fournis principalement par l'OMT, avant de faire (dans le meilleur des cas) l'objet d'une systématisation de la part de géographes spécialisés dans le tourisme (Lozato-Giotart, 1993 ; Stock, 2003). On l'a vu plus haut, tant la nature et les objectifs de l'OMT, que ses critères de définition et de régionalisation imposent une approche critique –et spécifiquement géopolitique– de ces données. Ceci dit, deux séries de questions méritent une attention particulière ? D'une part l'évaluation de la nature, du volume et de la direction des flux; d'autre part le type de moyens de transport utilisés.

La nature, le volume et la direction des flux, dont les variations temporelles (saisonnnières, effet d'évènements et/ou de politiques perturbatrices ou favorables...) et territoriales sont, de prime abord, supposées connues, doivent faire l'objet d'une problématisation géopolitique portant sur plusieurs aspects.

Ainsi, pour ne prendre qu'un exemple, comment interpréter le million et demi d'arrivées de touristes internationaux en Irak en 2010 (on n'a pas de données pour les années suivantes) que nous présente l'OMT (2014, p. 12)? Sans doute une partie d'entre eux sont des chiites effectuant des pèlerinages vers des lieux saints en territoire Iraquien. A-t-on comptabilisé (et comment ?) les troupes étrangères séjournant dans ce pays, sachant qu'il est rare qu'une même unité demeure plus d'un an sur un même théâtre d'opérations ? Surtout, comment ce chiffre a-t-il été produit, et quels acteurs ont-ils intérêt à sa diffusion ? Ces quelques interrogations qui, au-delà de ce cas un peu « extrême » sont pertinentes pour tous les territoires récepteurs, n'invalident aucunement l'utilité de ces données quantitatives ; simplement elles visent à indiquer qu'en géopolitique elles ne sont pas l'aboutissement mais le début de la recherche.

Plus fondamentalement, le fait de regrouper sous la catégorie de « tourisme », (mot qui évoque des notions de loisir, découverte, plaisir, etc.) des déplacements de nature tout-à-fait hétérogènes pose des problèmes dont les spécialistes du tourisme sont bien conscients (Stock, 2003, chap. 1) ; et que le géopoliticien se doit de (re)poser en fonction de sa propre démarche. Ainsi, par-delà les biais systématiques que produit le maillage étatique inégal du monde¹⁴, le sens géopolitique de ces différents déplacements est à étudier dans chaque situation, notamment en l'insérant dans la problématique englobante des migrations en tout genre.

De même on ne dira jamais assez à quel point les clivages dichotomiques simplistes tels que Occident/Orient (ou reste du monde), centre/périphérie, Nord/Sud, démocratie/dictature, etc., fait obstacle à une réflexion efficiente portant sur des situations concrètes, en matière de tourisme comme de tout le reste. Ce constat, somme toute banal, prend cependant toute son importance à l'heure où l'on compare des flux de voyageurs entre des territoires hétérogènes et dont la stratification socio-spatiale et les pratiques culturelles supposent des processus d'appropriation compétitive hautement différenciés. Car si l'on peut, assurément, percevoir une certaine homogénéité dans les pratiques touristiques à l'échelle mondiale de l'hyperclasse cosmopolite (Rothkopf, 2009), l'observation géopolitique des tourisms de l'immense majorité de la population implique avant tout un sens aigu des particularités et des enjeux situationnels. En d'autres termes, ceci suppose de partir de l'hypothèse forte qu'un voyage touristique international effectué par un « pauvre » bolivien n'a pas la même signification qu'un voyage touristique d'un « pauvre » népalais, même les deux se trouvent statistiquement au « Sud ».

14 Un habitant-voyageur du Luxembourg à plus de chances de franchir une frontière internationale au cours d'une année qu'un habitant de Denver aux Etats-Unis... (Voir aussi Terrier, 2006).

Le volume et la direction des flux touristiques peuvent être, enfin, directement influencés par des décisions politiques, ce qu'il convient également de prendre en compte. Parfois il peut s'agir de mesures de facilitation au sein d'un ensemble interétatique (comme l'UE) ? Dans d'autres cas diverses dispositions, généralement asymétriques, prises par un ou plusieurs Etats peuvent affecter gravement les flux en direction de certains territoires récepteurs. On songe ici en premier lieu aux différentes sanctions (embargo, interdictions de voyage, rétorsions commerciales, etc.) qui peuvent être prises contre un pays, ou, plus subtilement, des « conseils aux voyageurs » fortement alarmistes diffusés par des organismes officiels (Ministères des Affaires Etrangères, notamment) dans le but de nuire à la réputation et à la base économique d'un gouvernement jugé hostile (Sönmez, 1998). Il s'agit là d'une question qui reste encore largement à explorer sur la base de données empiriques.

Les moyens de transport utilisés par les touristes internes et externes intéressent l'analyse géopolitique surtout par les acteurs concernés par leur mise en œuvre (privés/publics) et par leur plus ou moins grande vulnérabilité face à diverses menaces pouvant les affecter. Sans entrer ici dans le domaine spécialisé de la sécurité des transports (embarquement – trajet – débarquement), on peut simplement rappeler leur inégale aptitude à produire des données statistiques, ainsi que leurs spécificités en matière de résilience face à des risques éventuels.

Partant du constat évident que les comptages de voyageurs sont d'autant plus fiables que l'accès au moyen de transport suppose l'achat d'un billet et que le contrôle est plus efficace, on comprend sans peine que le transport aérien est -de loin- le plus facile à mesurer, suivi, selon les pays, par le train, les transports maritimes et fluviaux, et la route. Il en résulte, de fait, très souvent une surreprésentation des entrées dans les aéroports (surtout internationaux) par rapport aux autres entrées aux frontières, ce qui ne manque pas de conséquences pour évaluer les catégories de voyages/voyageurs dans leur ensemble.

En ce qui concerne la sécurité face à diverses menaces, outre le problème aigu des aéroports (très difficiles à sécuriser pleinement), qu'il suffise ici de signaler la particulière vulnérabilité du chemin de fer face aux attentats s'attaquant aux infrastructures, et les immenses problèmes que rencontrent de nombreux pays à garantir la sécurité et la viabilité de leur réseau routier, qui peut être interrompu par des mouvements sociaux (blocage de routes), des attentats (détruisant surtout les ponts) ou des groupes criminels (les « coupeurs de route » africains n'en étant qu'un exemple). Une telle énumération, même extrêmement rapide ne saurait, enfin, oublier la piraterie maritime qui peut affecter des bateaux de tourisme, comme plusieurs épisodes plus ou moins récents l'ont montré.

Sur la base des considérations qui précèdent, visant à présenter brièvement les principaux objets de la géopolitique des tourisms, il est maintenant possible de proposer les grandes lignes d'une analyse des situations géopolitiques impliquant, à divers titres, les tourisms.

Situations géopolitiques et enjeux touristiques

La configuration des situations géopolitiques implique, on l'a vu, l'articulation plus ou moins stable de séquences temporelles emboîtées et d'espaces de niveaux et d'échelles variés. Dans ces ensembles complexes, il est très rare que le tourisme constitue un facteur décisif, voir unique. Par contre, dans de très nombreux cas on trouve le tourisme comme enjeu de procès d'appropriation compétitive de territoires, comme facteur de vulnérabilités et d'opportunités spécifiques, et aussi en tant que composante de géopolitiques de la peur et de la paix.

Le tourisme participe de conflits d'appropriation territoriale suivant les trois modalités mises en évidence antérieurement. L'appropriation physique et le contrôle se donne à voir lorsque un Etat utilise le tourisme pour intégrer à son territoire un espace contesté comme c'est, par exemple, le cas du Maroc au Sahara occidental (Hurel, 2013), ou encore quand un gouvernement l'instrumentalise pour fournir la preuve du contrôle de territoires inclus dans une zone insurrectionnelle en voie de démantèlement. A cet égard les études portant sur le Pérou à la suite de l'échec du Sentier Lumineux (Raymond, 2004) et la Colombie en proie à la narco-guérilla des FARC (Ojeda, 2013) sont emblématiques. Des logiques comparables peuvent s'observer à grande échelle, où des acteurs divers entrent en compétition pour s'approprier des espaces urbains en fonction de projets incompatibles, ce dont la ville de Marrakech offre une illustration bien mise en évidence par A.-C. Kurzac-Souali (2007). Enfin, la particularité du statut de l'Antarctique en fait un lieu où le tourisme joue un rôle extrêmement important dans les stratégies d'appropriation de la part des Etats qui en convoitent des portions (Strobel ; Tétart, 2007).

L'appropriation idéale qui concerne les représentations sous forme de codes géopolitiques, se manifeste notamment dans les constructions patrimoniales qui impliquent plus ou moins directement les pratiques touristiques. Outre les enjeux associés aux patrimoines naturels déjà abondamment étudiés (Guyot, 2006 ; Sarrasin, 2007), les patrimoines culturels, parfois érigés en « lieux de mémoire » méritent de retenir l'attention. Et ce, tout spécialement lorsque ces lieux sont ambigus (Light, 2001) et/ou renvoient à des référents identitaires forts (Gagnon, 2007), ou encore font l'objet d'appropriations exclusives de la part de groupes ethniques au moyen d'une imposition sélective de la mémoire (Lalieu, 2001). La construction de l'image-pays par l'industrie du tourisme, les gouvernements des

pays émetteurs et récepteurs et les touristes eux-mêmes (où Internet joue un rôle décisif) est un objet d'étude géopolitique de choix (Mallet, 2007). Plus généralement le contrôle de l'image touristique d'un pays est un élément de la guerre idéologique et sémantique qui peut opposer des acteurs engagés dans un conflit de plus ou moins haute intensité comme en témoigne, par exemple, le cas israélien (Bowman, 1992 ; Alvarez ; Campo, 2014).

Les aménagements touristiques, en ce qu'ils résultent de projets d'acteurs susceptibles de retirer des bénéfices de la mise en tourisme de lieux ponctuels, de zones et de circuits, peuvent générer divers conflits d'extension et de durée variables. Parmi les études de cas abordant cette problématique, on peut citer celle exposant le rôle de la mafia en Sicile (Campagnoli-Ciaccio, 1975), les activités d'ONG, d'investisseurs et du gouvernement au Timor oriental (Cabasset-Semedo, 2007), ou encore l'imbrication compliquée des motivations et des stratégies en Corse (Martinetti, 2007), pour nous en tenir seulement à quelques travaux particulièrement éclairants. Et ceci sans oublier les situations où des aménagements à vocation touristique peuvent s'inscrire dans des conflits internationaux, comme les îles artificielles à Doubaï (Moussavi ; Aghaei, 2013).

Le tourisme comme facteur de vulnérabilités et d'opportunités spécifiques. Le développement des activités touristiques sur un territoire ouvre un ensemble d'opportunités politiques, économiques et culturelles aux acteurs concernés, depuis les Etats jusqu'aux organisations criminelles, en passant par les populations locales qui accueillent/subissent les flux en question. On ne reviendra pas sur les innombrables études concernant les impacts du tourisme sur les sociétés affectées, dont on trouvera aisément les résultats dans la littérature spécialisée. Par contre, dans la perspective qui est la nôtre, il convient d'indiquer quelques vulnérabilités, corrélatives à ces mêmes opportunités, qui inscrivent spécifiquement le tourisme dans le tableau mouvant des situations géopolitiques. Pour ce faire, on envisagera successivement les vulnérabilités au niveau des Etats, des populations locales et des touristes.

Pour les Etats engagés dans la compétition pour bénéficier de parts (si possible croissantes) de la « manne touristique », se présentent, outre les nécessaires dépenses de valorisation publicitaire de l'image-pays, les impératifs de garantir des conditions sécuritaires convenables dans les espaces mis en tourisme. Cette exigence, d'autant plus impérative que les activités et lieux touristiques sont particulièrement vulnérables, implique des contraintes institutionnelles et budgétaires considérables et, surtout, croissantes (Denécé ; Meyer, 2006). En outre, pour des pays dont l'économie dépend en grande partie du tourisme, cette contrainte sécuritaire est cruciale, ainsi qu'en témoignent notamment les cas de l'Egypte (Aziz, 1995)¹⁵, ou encore de la Tunisie, dont le tourisme est gravement

15 Cet article est particulièrement intéressant car il fournit, dans la perspective islamiste, une exposition de la rationalité sous-jacente au terrorisme affectant plus ou moins gravement les activités touristiques au Moyen Orient et en Afrique du Nord.

atteint à partir de 2011 (Younès, 2012), et dont les effets des attentats de 2015 s'annoncent catastrophiques. Mais, plus généralement, et hormis ces cas extrêmes, la vulnérabilité du secteur touristique, à analyser chaque fois en fonction de la plus ou moins grande concentration des flux d'arrivées (soumis eux-aussi à des aléas politiques et économiques variés), et des lieux de destination, est fonction de la stabilité politique du territoire récepteur (Clements ; Georgiou, 1998 ; Webster ; Ivanov, 2015).

Pour les populations locales, outre les bouleversements culturels et idéologiques susceptibles de se produire du fait de l'activité touristique, ainsi que des nouvelles opportunités d'emploi formel et informel qu'elle offre, toute une série de conflits portant sur l'appropriation compétitive des territoires peuvent surgir à différents niveaux. On en a évoqué plus haut les principaux éléments ; et un vaste champ -encore largement inexploré- s'ouvre à l'analyse géopolitique, portant sur les effets des conflits locaux liés aux tourisms sur des situations régionales et nationales, pouvant déboucher sur des crises plus ou moins graves.

Les touristes, quant à eux, se caractérisent dans cette perspective, encore et avant tout par leur extrême vulnérabilité face à diverses menaces socio-politiques, depuis la délinquance et la criminalité ordinaires (dont ils peuvent être acteurs ou victimes), jusqu'aux « terrorismes » entendus ici au sens le plus ample (donc incluant le terrorisme d'Etat). En effet, que ce soit au cours de leur voyage, dans les lieux où ils séjournent ou lors de leurs déplacements suivant des itinéraires le plus souvent terrestres, les touristes sont particulièrement vulnérables, et ce, tant par leurs caractéristiques propres que du fait des stratégies terroristes conduisant à les prendre pour cibles (Richter ; Waugh, 1986 ; Denécé ; Meyer, 2006, etc.). Cette spécificité tient d'abord aux difficultés de sécurisation des lieux touristiques en tant que tels, mais sans doute encore plus à l'incompatibilité entre des mesures de sécurité renforcées (présence policière et/ou militaire, barrages, drones...) et l'ambiance de détente et de liberté associée à l'environnement du tourisme de loisir. Il en résulte de difficiles ajustements de la part de l'industrie du tourisme d'une part (Sönmez et al., 1999), et des autorités locales de l'autre, visant à « durcir » les cibles touristiques, « molles » par nature.

A ce caractère de cible molle des lieux touristiques s'ajoute l'intérêt exceptionnel que représentent les touristes pour l'activité terroriste qui vise, rappelons-le, par-delà les victimes immédiates à transmettre un message « terrifiant » à des destinataires tiers (gouvernement local en général, mais pas uniquement) en vue d'obtenir un bénéfice politique au moyen d'une opération de communication médiatisée. En effet, surtout s'il est étranger, le touriste, qu'il soit blessé, tué ou pris en otage (Coupigny, 2010) représente la victime innocente par excellence, dont la souffrance sera amplement médiatisée et, par conséquent affectera -dans un jeu complexe- tant le gouvernement local que ceux des pays émetteurs. Ces spécificités qui font du touriste une cible en quelque sorte « idéale » des terrorismes divers, incluant les opérations manipulées par des services

secrets (Keenan, 2010), contraste pourtant avec le constat de la faible proportion de touristes parmi les victimes d'attentats ou d'enlèvements, et ce même si l'on semble observer ces dernières années une légère augmentation fort préoccupante¹⁶. En tout cas des recherches approfondies devraient être menées sur ces questions, à partir d'études de cas et d'hypothèses vérifiables. Ainsi on parviendrait non seulement à mieux préciser l'étendue et la temporalité des effets des actions terroristes affectant le tourisme (Coshall, 2003), mais également à mieux cerner le profil des touristes « résistants » face aux risques encourus (Hajibaba et Al., 2015).

Le tourisme comme élément d'une géopolitique de la peur et de la paix. En tant que composante du procès général de la mondialisation actuelle, le tourisme (surtout, mais pas seulement) international, participe à la fois du dispositif idéologique universaliste et cosmopolite qui la sous-tend, ainsi que de la transnationalisation croissante de l'industrie touristique dans son ensemble (compagnies aériennes, groupes hôteliers, conception et vente de services divers, etc.). En tant qu'activité « mondiale » le tourisme se trouve aussi, on l'a vu, particulièrement exposé à des menaces également conçues comme « globales », parmi lesquelles figurent de manière préminente le terrorisme (dissémination de la violence contre laquelle on entreprend une « guerre mondiale ») et le changement/réchauffement climatique (révélateur d'une crise dans les relations entre la Nature et les sociétés)¹⁷. L'analyse de la construction et de la gestion de ces problèmes par différents organismes interétatiques (ONU, UE, etc.) et réseaux médiatiques sort du cadre de ce texte ; tout au plus peut-on signaler qu'ils contribuent, chacun à sa façon spécifique, à configurer une géographie de la peur¹⁸, dont l'étude suppose de dépasser les laborieuses élaborations idéologiques postmodernes dominantes dans le monde académique anglo-américain (Altheide, 2003 ; Pain, 2010). En particulier la place, peut-être mineure mais nullement négligeable, du tourisme dans la production et la gestion de la peur comme ressort de la gouvernance mondiale en gestation, mérite des recherches approfondies ; et ce d'autant plus que les terrorismes sous toutes leurs formes sont appelés à un brillant avenir, et que les enjeux climatiques (de plus en plus carbonisés) interféreront davantage dans le champ des tourisms (Shani ; Arad, 2014).

16 Cette réalité, qui pourrait surprendre le lecteur influencé par la surmédiatisation des attaques de lieux touristiques, procède du simple constat que, par exemple, en 2014, 78% des morts dues au terrorisme se sont produites dans 5 pays (Irak, Nigéria, Afghanistan, Pakistan, Syrie) qui ne figurent pas parmi les destinations touristiques les plus prisées. Voir: Institute for Economics and Peace, *Global Terrorism Index 2015*, p. 4 (en ligne).

17 Très significativement, et à titre d'exemple, un récent manuel destiné aux étudiants débutants réunit dans la partie consacrée aux « enjeux géopolitiques contemporains » : a) le terrorisme et la criminalité internationale ; b) le défi du développement durable (à forte composante climatique), et c) les conflits et crises géopolitiques (Mocelin, 2014, pp. 83-104).

18 Une très utile approche concrète de cette géopolitique de la peur associée à des risques réel à l'échelle du monde peut être obtenue en consultant le *2015 Security Risks Map* sur le site : www.groupe-geos.com. A comparer, par exemple, avec la carte basée sur les recommandations aux voyageurs du Ministère des Affaires Etrangères : « Le monde selon le Quai d'Orsay », in *Valeurs Actuelles*, 5 février 2015, p..

En étroite relation avec ce qui précède, tout en imposant une perspective plus générale, se pose la question de savoir quelles relations entretient le tourisme avec la paix dans le monde. Ce thème surgit très concrètement vers la fin de la Guerre Froide, avec des déclarations publiques, des articles et des conférences internationales insistant sur le rôle éminent du tourisme comme promoteur de paix par la voie de l'échange et de la meilleure connaissance entre les peuples (D'Amore, 1988 ; Jafari, 1989). Très rapidement toutefois, ce discours publicitaire enthousiaste fut sérieusement mis en doute à partir de deux constats. D'abord que la définition de la « paix » est imprécise : s'agit-il simplement de l'absence de guerre (paix négative), ou d'un état d'harmonie interne et externe qui exclut toute violence (paix positive) ? Ensuite, et surtout, la relation entre tourisme et paix doit être entendue comme la possibilité d'une interaction réciproque (Ap ; Var, 1990 ; Litvin, 1998). Or si des recherches basées sur des études de cas et des comparaisons internationales montrent bien que la paix est une condition du développement du tourisme, il n'existe aucune preuve empirique que le tourisme, en tant que tel, soit un facteur de paix (Pratt ; Liu, 2015). La place et le rôle du tourisme dans une géopolitique de la paix, une fois clarifiés les enjeux théoriques et les bases factuelles de la problématique, demeure donc sans doute l'un des thèmes à propos desquels la géopolitique des tourisms aura à apporter des contributions majeures dans l'avenir.

Conclusion

Au terme de ce travail visant à construire une approche géopolitique pour l'observation des tourisms, l'intérêt et la pertinence de cette démarche a été montrée. Il est ainsi possible d'identifier le projet de la géopolitique du tourisme, principalement international, comme l'analyse de conflits (pouvant prendre la forme de micro-chocs de civilisation plus ou moins violents) pour l'appropriation compétitive de territoires entre des populations locales et des diasporas éphémères, mises en mouvement par un ensemble d'acteurs dans le contexte de la mondialisation actuelle. Il en découle que, par-delà le cadre conceptuel et heuristique ici proposé, c'est bien l'image d'un chantier qui s'impose. Gageons que le proche avenir, où les tourisms se trouveront probablement menacés de façon croissante par des risques politiques et des acteurs violents, verra aussi un développement de la recherche et de la réflexion géopolitique sérieuse tant dans les filières spécialisées de l'enseignement supérieur, qu'au sein des professionnels d'un secteur particulièrement vulnérable.

Bibliographie

- Altheide D L, « Notes towards a politics of fear », *Journal for Crime, Conflict and the Media*, Vol. 1, N° 1, p. 37-54.
- Alvarez M; Campo S, 2014, « The influence of political conflicts on country image and intentions to visit: A study of Israel's image », *Tourism Management*, Vol. 40, p. 70-78.
- Ap J; Var T, 1990, « Does tourism promote peace ? », *Tourism Management*, Vol. 11, N° 3, p. 267-273.
- Aziz H, 1995, « Understanding attacks on tourists in Egypt », *Tourism Management*, Vol. 16, N° 2, p. 91-95
- Barnett J, 2007, « The geopolitics of climate change », *Geography Compass*, Vol. 1, N° 6, p. 1361-1375.
- Biplan P, 2004, « Les compagnies aériennes entre la nation et la mondialisation », *Hérodote*, N° 114, p. 56-70.
- Bolivia, 1997, *El Turismo en cifras*, Viceministerio de Turismo, La Paz.
- Boulanger P, 2014, *Géopolitique des Médias*, Armand Colin, Paris.
- Bowman G, 1992, « The politics of tour guiding: Israeli and Palestinian guides in Israel and the occupied territories », in Harrison D, (ed.), *Tourism and the Less Developed Countries*, Wiley, Chichester, p.121-134.
- Brunel S, 2012, « Une planète disneylandisée ? », *Sciences Humaines*, N° 240, p. 40-45.
- Cabasset-Semedo c, 2007, « Initiatives locales, politique nationale et organisations internationales : les enjeux du tourisme au Timor oriental », *Hérodote*, N° 127, p. 178-189.
- Campagnoli-Ciaccio C, 1975, « Développement touristique et groupes de pression en Sicile », *Travaux de l'Institut de Géographie de Reims*, N° 23-24, p. 81-87.
- Cazes B, 1999, « Les littoraux en proie au tourisme », *Hérodote*, N° 93, p. 144-164.
- Champeyrache C, 2009, « Mafia et économie légale: pillage et razzia », *Hérodote*, N° 134, p. 125-137.
- Chasles J-M, 2010, « Les ONG et la gouvernance mondiale », *Questions Internationales*, N° 43, p. 59-60.
- Clements M. A ; Georgiou A, 1998, « The impact of political instability on a fragile tourism product », *Tourism Management*, Vol.19, N° 3, p. 283-288.
- Coshall J, 2003, « The threat of terrorism as an intervention on international travel flows », *Journal of Travel Research*, Vol. 42, p. 4-12.
- Coupigny A de, 2010, « Otages : constantes d'une institution archaïque et variantes contemporaines », in Coutau-Bégarie H (dir.), *Stratégies irrégulières*, Economica, Paris, p. 673-701.
- Coutau-Bégarie H ; Motte M, (dirs.), *Approches de la géopolitique*, Economica, Paris.
- Dalby S, 2013, « The geopolitics of climate change », *Political Geography*, Vol. 37, p. 38-47.
- D'Amore L, «Tourism – A vital force for peace », *Tourism Management*, Vol. 9, N° 2, p. 151-154.
- Dasque, J-M, 2008, *Géopolitique du crime international*, Ellipses, Paris.
- Dehoorne O, 2013, « Une histoire du tourisme international : de la déambulation exotique à la bulle sécurisée », *Revue Internationale et Stratégique*, N° 90, p. 77-85.
- Dehoorne O et al. 2014, « International Tourism : Geopolitical dimensions of a global phenomenon », in Cao B-Y et al. (eds.), *Ecosystem Assessment and Fuzzy Systems Management*, Springer, p. 389-396.
- Denécé E ; Meyer S, 2006, *Tourisme et terrorisme*, Ellipses, Paris.
- Dory D, 1994-5, « Eléments de réflexion sur la consommation touristique des paysages du Tiers Monde », *Pages Paysages*, N° 5, p. 138-142.
- Dory, D (dir.), 2000, *Lógicas territoriales y políticas públicas*, PIEB, La Paz.
- Dory D, 2008, «El proceso autonómico boliviano en perspectiva geopolítica », *Boletín de la Sociedad de Estudios Geográficos e Históricos de Santa Cruz*, N° 61, p. 97-104.
- Doumenge F, 1985, « Les îles et les micro-Etats insulaires », *Hérodote*, N° 37-38, p. 297-327.
- Doumenge J-P, 2007, « L'outre-mer français face aux pratiques touristiques », *Hérodote*, N° 127, p.103-123.
- Dussouy G, 2006, *Les théories géopolitiques*, L'Harmattan, Paris.
- Elden S, 2013, « Secure the volume: vertical geopolitics and the depth of power », *Political Geography*, Vol. 34, p. 35-51.
- Gagnon S, 2007, « L'intervention de l'Etat québécois dans le tourisme entre 1920 et 1940, ou la mise en scène géopolitique de l'identité canadienne française », *Hérodote*, N° 127, p. 151-166.
- Gauchon P ; Tellenne C (dirs.), 2005, *Géopolitique du développement durable*, PUF, Paris.
- Gay J-C, 2014, « Le réchauffement climatique : l'instrumentalisation des îles », *L'Espace*

Géographique, N° 1, p. 81-89.

Gayraud J-F; Thual F, 2012, *Géostratégie du crime*, Odile Jacob, Paris.

Gillon P ; Ravenel L, 2011, « Le sport, un reflet de la mondialisation », in Ciattoni A et al. (dir.), *Géographie et géopolitique de la mondialisation*, Hatier, Paris, p. 201-223.

Guyot S, 2006, « Géopolitique des parcs (trans)frontaliers en Afrique Australe », *Les Cahiers d'Outre-Mer*, N° 234, p. 539-552.

Hajibaba H et al. 2015, « Crisis-resistant tourists », *Annals of Tourism Research*, Vol. 53, p. 46-60.

Hecker A, 2011, « Tourisme et conflits », in Wackermann G, (dir.), *Géographie des conflits non armés*, Ellipses, Paris, p. 120-129.

Hillali M, 2007, « Du tourisme et de la géopolitique au Maghreb : le cas du Maroc », *Hérodote*, N° 127, p. 47-63.

Hjalager, A-M, 2007, « Stages in the economic globalization of tourism », *Annals of Tourism Research*, Vol. 34, N° 2, p. 437-457.

Hoerner J-M, 2008, *Géopolitique du tourisme*, Armand Colin, Paris.

Hommel D ; Murphy A. B, 2013, « Rethinking geopolitics in an era of climate change », *GeoJournal*, Vol.78, p. 507-524.

Hurel T, 2013, « Le tourisme au Maroc, une rente à redéfinir », *Carto*, N° 19, p. 36-37.

Jafari J, 1989, « Tourism and peace », *Annals of Tourism Research*, Vol. 16, N° 3, p.439-443.

Karyotis C, 2011, « Les fonds souverains, accélérateurs de la mutation du capitalisme mondial ? », *Géoéconomie*, N° 57, p. 131-150.

Keenan J, 2010, « Terrorisme et insécurité au Sahel : une leçon de contrefaçon géopolitique », in *L'Etat du Monde 2011*, La Découverte, Paris, p. 280-285.

Kennedy-Pipe C; Rengger N, 2006, « Apocalypse now? Continuities or disjunctions in world politics after 9/11 », *International Affairs*, Vol. 82, N° 3, p. 539-552.

Kurzac-Souali A-C, 2007, « Rumeurs et cohabitation en médina de Marrakech : l'étranger où on ne l'attendait pas », *Hérodote*, N° 127, p. 64-88.

Lacoste y, 2002, « Montagnes et géopolitique », *Hérodote*, N°107, p. 3-16.

Lalieu O, 2001, « L'invention du "devoir de mémoire" », *Vingtième Siècle*, N° 69, p. 83-94.

L'Espace Politique, 2012, N° 17, « La possibilité d'une île ? » Formes et hybridation des espaces clos urbains, (numéro thématique, en ligne : revues.org).).

Light D, 2001, « "Facing the future": Tourism and identity building in post-socialist Romania », *Political Geography*, Vol. 20, p. 1053-1070.

Litvin S, 1998, « Tourism: the world's peace industry? », *Journal of Travel Research*, Vol. 37, N° 1, p. 63-66.

López A, 1996, « El impacto de la globalización sobre el turismo », in Rodríguez A; (dir.), *Turismo y geografía*, Hucitec Sao Paulo, p. 35-38.

Louis F, 2014, *Les grands théoriciens de la géopolitique*, PUF, Paris.

Lozato-Giotart J-P, 1993, « Tourisme et loisirs : quelles problématiques géographiques ? », *L'Information Géographique*, Vol. 57, N° 2, p. 48-58.

Mallet L, 2007, « Le tourisme en Turquie : de la manne financière aux changements de mentalités », *Hérodote*, N° 127, p. 89-102.

Mackinder H, 1904, « The geographical pivot of history », *The Geographical Journal*, Vol. XXIII, N° 4, p. 421-444.

Martinetti J, 2007, « Les tourments du tourisme sur l'île de Beauté », *Hérodote*, N° 127, p. 29-46.

Matelly S, 2013, « Le tourisme, un objet géopolitique », *Revue Internationale et Stratégique*, N° 90, p. 59-69.

Mocellin P, 2014, *L'essentiel des Relations internationales et de la géopolitique contemporaines*, Gualino, Issy-les-Moulineaux.

Moscattello L ; Morard-Rebuffet A, 2013, « Les enjeux sécuritaires liés au tourisme », *Revue Internationale et Stratégique*, N° 90, p. 107-115.

Moussavi Z ; Aghaei A, 2013, « The environment, geopolitics and artificial islands of Dubai in the Persian Gulf », *Procedia*, Vol. 81, p. 311-313.

Navarro S, 2014, « Geopolítica en una "periferia del placer". Colonialidad turística en Costa Rica », *Rev. Ciencias Sociales*, N° 145, P. 45-60.

Nolte E, 2011, *La guerre civile européenne*, Perrin Paris.

Ojeda D, 2013, « War and Tourism: The banal geographies of security in Colombia's "retaking" », *Geopolitics*, Vol. 18, p. 759-778.

OMT, 2014, *Faits saillants du tourisme*, Madrid.

Pain R, 2010, « The new geopolitics of fear », *Geography Compass*, Vol. 4, N° 3, p. 226-240.

- Palmer C, 1999, « Tourism and the symbols of identity », *Tourism Management*, Vol. 20, p. 313-321.
- Parker G, 1989, *Western geopolitical thought in the twentieth century*, Croom Helm, London-Sidney.
- Piolet V, 2013, « Géopolitique des paradis fiscaux », *Politique Etrangère*, N° 3, p. 175-187.
- Plog S, 1974, « Why destination areas rise and fall in popularity », *Cornell Hospitality Quarterly*, Vol. 14, N°4, p. 55-58.
- Pratt S; Liu A, 2016, « Does tourism really lead to peace ? A global view », *International Journal of Tourism Research*, Vol. 18, p.82-90.
- Raymond N, 2004, « Perú y Costa Rica. Geopolítica del desarrollo turístico en América latina », *Cuadernos Geográficos* (Granada), Vol. 35, N°2, p. 55-72.
- Raufe X, 2013, *Géopolitique de la mondialisation criminelle*, PUF, Paris.
- Richter L. K ; Waugh W, 1986, « Terrorism and tourism as logical companions », *Tourism Management*, Vol. 7, N°4, p. 230-238.
- Richter L. K, 1992, « Political instability and tourism in the Third World », in Harrison D, (ed.), *Tourism and the Less Developed Countries*, Wiley, Chichester, p. 35-46.
- Rosière S, 2003, *Géographie politique et géopolitique*, Ellipses, Paris, (2^{ième} ed. 2007).
- Rosière S, 2010, « La place des firmes dans la tradition et l'actualité géopolitiques », *Revue Géographique de l'Est*, Vol. 50, N° 1/2, (en ligne : revues.org).
- Rothkopf, D, 2009, *La caste*, Robert Laffont, Paris.
- Ruiz G, 2013, « Le tourisme durable : un nouveau modèle de développement touristique ? », *Revue Internationale et Stratégique*, N° 90, p.97-105.
- Sanguin A-L, 2013, « Résurgence institutionnelle et avenir d'une branche : la géographie politique en France depuis les années 1970 » *L'Espace Politique*, N° 21 (en ligne : revues.org).
- Savelli N, 2012, « Tourism geopolitics in the "back of beyond" », *Revue de Géographie Alpine*, Vol. 100, N° 2, (en ligne : revues.org).
- Shani A ; Arad B, 2014, « Climate change and tourism : time for environmental skepticism » *Tourism Management*, Vol. 44, p. 82-85.
- Schmitt C, 2012, *Le Nomos de la Terre*, [1950], PUF, Paris.
- Sönmez S, 1998, « Tourism, terrorism and political instability », *Annals of Tourism Research*, Vol. 25, N°2, p. 416-456.
- Sönmez S et al. 1999, « Tourism in crisis: managing the effects of terrorism », *Journal of Travel Research*, Vol. 38, p. 13-18.
- Stafford J ; Sarrasin B, 2003, « L'après-guerre en Irak : les effets sur le tourisme international », *Téoros*, Vol. 22, N° 1, (en ligne : revues.org).
- Stock M, (coord.), 2003, *Le tourisme, acteurs, lieux et enjeux*, Belin, Paris.
- Strobel M ; Tétart F, 2007, « Le tourisme en Antarctique : un enjeu géopolitique », *Hérodote*, N° 127, p. 167-177.
- Subra P, 2008, *Géopolitique de l'aménagement du territoire*, Armand Colin, Paris.
- Taylor P, 1993, « Geopolitical world orders », in Taylor P (ed.), *Political Geography of the Twentieth Century*, Belhaven, London, p. 31-61.
- Terrier C, 2006, « Flux et afflux de touristes : les instruments de mesure, la géomathématique des flux », *Flux*, N° 65, p. 47-62.
- Till K, 2003, « Places of memory », in Agnew J et al. (eds.), *A Companion to Political Geography*, Blackwell, Oxford, p. 289-301.
- Tsayem-Demaze M, 2011, *Géopolitique du développement durable*, PUR, Rennes.
- Weaver D B, 2010, « Geopolitical dimensions of sustainable tourism », *Tourism Recreation Research*, Vol. 35, N° 1, p. 47-53.
- Webster C ; Ivanov S, 2015, « Geopolitical drivers of future tourist flows », *Journal of Tourism Futures*, Vol. 1, N° 1, p. 58-68.
- Younès I, 2012, « Le tourisme en Tunisie : un enjeu de la démocratie », *Carto*, N° 12, p. 46-47.

Tourisme et régulation juridique des conflits d'usages en zone littorale¹

Bordereaux Laurent, Professeur de Droit Public

Laboratoire CEJEP – Université de La Rochelle

Résumé

Cette proposition de communication traite de la question récurrente des conflits d'usage sur le littoral, au prisme de la problématique du tourisme (en s'attachant à cette catégorie spécifique d'acteurs que sont les touristes). Précisément, il s'agit de s'interroger sur les outils juridiques permettant de réguler les conflits d'usage entre touristes ou opposant ces derniers à d'autres acteurs du littoral, comme les professionnels de la mer côtière. On pense notamment aux exploitants de cultures marines et aux pêcheurs à pied professionnels. Avec ses trois façades maritimes et ses territoires ultra-marins, la question revêt en France un intérêt certain. Quels sont les apports et les limites du discours juridique en la matière ? Il conviendra de souligner la diversité des instruments en présence, de la loi aux documents locaux de planification. Ainsi, si la loi « Littoral » du 3 janvier 1986 vient fixer un cadre général concernant les usages, c'est surtout du côté du pouvoir de police du maire (notamment avec la réglementation des baignades et des activités nautiques) et des documents d'urbanisme comme les PLU et les Schémas de Mise en Valeur de la Mer (désormais intégrés aux SCOT) qu'il faut se placer. Au final, les réponses du droit, incontournables mais lacunaires, soulignent l'inévitable lien avec la «problématique spatiale», car c'est bien à une répartition de l'espace littoral entre acteurs que nous conduit le cadre normatif en vigueur.

Introduction

La question du tourisme et de la régulation juridique des conflits d'usage en zone côtière revêt une importance particulière. C'est là un sujet dont se préoccupent bien évidemment les collectivités territoriales, mettant en lumière un problème récurrent dans l'espace littoral, espace contraint s'il en est, tant d'un point de vue géographique que juridique (les contraintes juridiques y étant très fortes).

Il ne s'agit pas de discuter ici des conflits d'usages en général mais bien de ceux qui intéressent les touristes en particulier. Deux configurations viennent immédiatement à l'esprit : les conflits d'usages entre touristes sur le littoral (notamment liés à la conciliation d'activités multiples au sein d'un espace limité), et les conflits d'usages entre touristes

et professionnels du littoral, qui peuvent être significatifs (on pense par exemple, en Bretagne ou en Charente-Maritime, aux exploitants de cultures marines ou aux pêcheurs à pied professionnels, lesquels œuvrent activement afin de conserver leur espace de travail).

La thématique est clairement d'actualité, sur toutes les façades maritimes, et mobilise l'ensemble des savoirs, puisqu'elle va notamment intéresser le géographe, le sociologue, l'historien ou encore l'ethnologue. Elle intéresse également le juriste, appelé à réfléchir sur la structure du discours juridique et, plus prosaïquement, sur le choix des instruments juridiques en place. Cette perspective dépasse inévitablement le cadre de l'observation pour tenter d'apporter des solutions (lacunaires). Que dit le droit ? Que propose-t-il ?

En droit, il y a plusieurs approches de la problématique du tourisme et de la régulation juridique des conflits d'usages en zone littorale. On peut d'abord s'intéresser au cadre général posé par la loi, ce qui nous renvoie aux grandes orientations de la loi « Littoral » en la matière. On peut ensuite descendre à un niveau plus précis, plus technique, en se penchant d'une part sur le rôle particulier du maire, qui dispose d'un pouvoir de police (administrative) spécifique en matière de baignade et d'activités nautiques, et en abordant d'autre part le rôle des documents de planification, qui viennent définir la vocation des différents secteurs (ce qui n'est pas étranger au tourisme et aux conflits d'usages).

Nous terminerons ces remarques introductives par deux observations : sans grande rigueur, le discours juridique s'attache tantôt au tourisme en tant qu'activité, et tantôt au touriste en tant qu'acteur. En outre, par rapport au sujet qui nous occupe, le droit invite assez largement à une répartition de l'espace littoral entre usagers. Dans ces conditions, il est assez difficile de dissocier l'acteur qu'est le touriste de l'activité touristique et de l'espace touristique.

Le cadre général posé par la loi « Littoral » du 3 janvier 1986

Il existe en France, depuis trente ans, une grande loi sur l'aménagement, la protection et la mise en valeur du littoral, qui donne toujours lieu à des débats passionnés (Sousse, 2012). Son titre n'est pas neutre et montre que cette fameuse loi « Littoral » n'est pas qu'un texte de protection du littoral, même si c'est là un axe majeur de la loi. C'est aussi, dans une certaine mesure, un texte d'équilibre et de conciliation entre protection et développement, qui s'inscrit assez bien dans l'esprit de la Charte constitutionnelle de l'environnement, dont l'article 6 appelle précisément les politiques publiques à concilier protection et développement.

¹ Le présent texte a conservé une forme orale.

Le tourisme, de manière générale, n'est pas une préoccupation totalement absente de la loi, qui aurait toutefois pu investir davantage le sujet (de même que les questions portuaires). Quant à la question des conflits d'usages, elle n'est pas directement traitée, en tous cas pas dans le cadre des dispositions générales de la loi.

Cela étant, on notera que la notion de tourisme apparaît dès l'article 1^{er} de la loi (article L. 321-1 du Code de l'environnement) relatif aux objectifs poursuivis par le législateur : il s'agit, bien sûr, de protéger les écosystèmes, les sites et les paysages ; il s'agit également de préserver et de développer les activités économiques liées à la mer (comme la pêche et les cultures marines, les activités navales et portuaires) ; et il s'agit enfin de maintenir ou de développer, dans la zone littorale, des activités agricoles et forestières, l'artisanat et le tourisme. Sans attacher un poids trop important à l'ordre des mots, on observera tout de même que le tourisme est cité en dernier ; il n'apparaît pas sur le même plan que la pêche et les cultures marines.

Toujours au titre des considérations générales et au-delà du cadre de notre sujet, on rappellera que les constructions et équipements touristiques sont confrontés à des règles strictes ; c'est le volet urbanistique de la loi « Littoral », qui comprend, par exemple, l'interdiction des constructions dans la bande des 100 mètres et dans les espaces remarquables, ainsi que le principe de l'urbanisation en continuité (règle anti-mitage du territoire), l'extension de l'urbanisation devant se faire en continuité des zones déjà urbanisées (Bordereaux, 2009). Toutes ces règles, au cœur de la loi Littoral, viennent contraindre les projets touristiques et donnent lieu à un contentieux abondant, sans particulièrement nous amener sur le terrain des conflits d'usages.

Le tourisme, ou plutôt le touriste-vacancier, apparaît en filigrane d'un article important de la loi « Littoral » consacré aux plages (article L. 321-9 du Code de l'environnement). Il est dit que « L'usage libre et gratuit par le public constitue la destination fondamentale des plages, au même titre que leur affectation aux activités de pêche et de cultures marines ». Il s'agit d'une disposition législative de premier plan, qui détermine donc quelle est la vocation des plages aux yeux du législateur. Les touristes sont fortement concernés par cet article et la thématique des conflits d'usages (entre touristes), commence à poindre...

En effet, ils représentent une part importante du public évoqué la loi ; ils profitent de la plage, dans le cadre d'un usage prioritairement libre et gratuit (*l'usage libre et gratuit constitue la destination fondamentale des plages*). Mais destination fondamentale ne veut pas dire exclusive : l'exploitation économique des plages n'est pas interdite, dans le cadre des concessions et des sous-concessions de plages. Un important décret du 26 mai 2006 organise la possibilité de proposer des services de plage payants aux touristes, avec notamment la location de tentes, de matelas et de parasols, dans des espaces « réservés »² (Maugué, 2006). Les communes peuvent ainsi accorder des lots de plages à des exploitants (des plagistes) en vue de l'installation de tels services. Juridiquement, il s'agit d'une occupation privative du domaine public maritime donnant lieu à un strict encadrement.

2 Décret n° 2006-2008 relatif aux concessions de plage.

Deux conceptions de l'usage touristique de la plage sont ici affirmées : l'usage libre et gratuit, traditionnel, encore bien implanté sur la côte Atlantique, et l'usage privatif et payant, très répandu sur les plages de la Méditerranée. Il y a des conflits en la matière, qui peuvent tout à fait, le cas échéant, s'analyser comme des conflits d'usages entre touristes, sur la place respective de l'usage libre et gratuit et de l'usage privatif. Ils sont d'autant plus vifs que la plage est très fréquentée et de petite superficie.

La loi « Littoral » et le décret de 2006 fixent les règles aujourd'hui en vigueur : les concessions de plage doivent préserver la libre circulation du public ainsi que le libre usage d'un espace d'une largeur significative tout le long de la mer. Des précisions réglementaires affirment qu'« Un minimum de 80 % de la longueur du rivage, par plage, et de 80 % de la surface de la plage, dans les limites communales, doit rester libre de tout équipement et installation »³. Cette écriture du « droit de la plage » correspond à ce que doit être la destination fondamentale des plages. Le non-respect des textes (qui n'est pas une hypothèse d'école) est une source de conflits récurrente ; les sous-traités d'exploitation de plage accordés en violation de la loi peuvent être annulés par le tribunal administratif, sachant qu'il y a assez peu de recours en la matière.

On voit donc que les dispositions générales de la loi « Littoral » n'accordent pas directement d'attention spéciale à la problématique qui nous retient, sans pour autant l'ignorer.

Les dispositions spéciales de la loi « Littoral » relatives au pouvoir de police du maire

Ces dispositions, codifiées dans le Code général des collectivités territoriales (article L. 2213-23), sont en partie liées à la thématique des conflits d'usages entre touristes : La loi affirme que le maire exerce la police des baignades et des activités nautiques

3 Article R. 2124-16 du Code général de la propriété des personnes publiques (issu du décret de 2006), lequel précise : « [...] Dans le cas d'une plage artificielle, ces limites ne peuvent être inférieures à 50 %. La surface à prendre en compte est la surface à mi-marée. Seuls sont permis sur une plage les équipements et installations démontables ou transportables ne présentant aucun élément de nature à les ancrer durablement au sol et dont l'importance et le coût sont compatibles avec la vocation du domaine et sa durée d'occupation. Les équipements et installations implantés doivent être conçus de manière à permettre, en fin de concession, un retour du site à l'état initial. Leur localisation et leur aspect doivent respecter le caractère des sites et ne pas porter atteinte aux milieux naturels [...]. Les installations autorisées sont déterminées en fonction de la situation et de la fréquentation de la plage ainsi que du niveau des services offerts dans le proche environnement. La surface de la plage concédée doit être libre de tout équipement et installation démontable ou transportable en dehors d'une période, définie dans la concession, qui ne peut excéder six mois, sous réserve des dispositions des articles R. 2124-17 à R. 2124-19 du présent code. »

pratiquées à partir du rivage avec des engins de plage et des engins non immatriculés. Cette police s'exerce en mer jusqu'à une limite fixée à 300 mètres à compter de la limite des eaux (au-delà, interviennent les prérogatives du préfet maritime). Ce pouvoir dit de police s'exprime donc par une réglementation spécifique, municipale, qui vient encadrer les baignades et activités nautiques, dans cette bande marine des 300 mètres.

A cette fin, le maire va délimiter une ou plusieurs zones surveillées, dans les parties du littoral présentant une garantie suffisante pour la sécurité des baignades et des activités nautiques. Il va également, affirme la loi, déterminer des périodes de surveillance (Delhoste, 2001).

Pour mémoire (ce n'est pas là le thème qui nous retient), il s'agit d'une mission très délicate pour le maire : c'est, chaque année, une source importante d'engagement de responsabilité pour les communes. Les juridictions administratives retiennent régulièrement l'existence d'une faute dans la signalisation des dangers aux baigneurs ou dans l'organisation de la surveillance, faute de nature à engager la responsabilité de la commune.

Au-delà de ces questions classiques de responsabilité, on voit que cette réglementation municipale (qui s'exprime par des arrêtés de police du maire) répond à deux objectifs : la sécurité des personnes (et notamment des touristes), bien évidemment ; mais il s'agit aussi, dans une certaine mesure, de réguler les conflits d'usages entre touristes sur la plage, en procédant à une répartition de l'espace « actée » par le droit. Dans cette optique, les baigneurs « traditionnels » se voient attribuer un couloir qui leur est réservé (de plus en plus étroit), tandis que les surfeurs, par exemple, vont se voir attribuer un autre couloir. Et ainsi de suite car les activités ludiques sur la plage se sont largement développées ces dernières années (Paddle...), nécessitant parfois un espace spécifique qui ne peut être attribué que par une autorité publique compétente. L'observation de cette réglementation locale nous renseigne sur les jeux d'acteurs en présence et sur l'évolution des pratiques sociales au sein d'un territoire donné.

Ainsi, par la mise en œuvre de son pouvoir de police, le maire va bien procéder à un arbitrage entre des pratiques touristiques différentes, qui peuvent être conflictuelles.

La plage (du moins dans sa partie marine, où s'exercent baignades et activités nautiques de rivage) peut alors apparaître comme un espace fragmenté, entre touristes. Cette approche spatiale, par répartition selon la vocation des zones en cause, se renforce encore quand on se situe sur le terrain des documents de planification et d'urbanisme.

L'apport des documents de planification et d'urbanisme

On peut s'interroger sur cet apport, au regard de notre thématique du tourisme et de la régulation juridique des conflits d'usages en zone littorale. Les conflits d'usages en cause ici opposent davantage les touristes à d'autres usagers du littoral, notamment professionnels, comme les exploitants de cultures marines (ostréiculteurs et mytiliculteurs) ou les pêcheurs

à pied professionnels. Le sujet est bien réel, de la mer du Nord à la Méditerranée.

Y a-t-il un apport des documents de planification et d'urbanisme sur cette question ? Si apport il y a, il est sans doute relativement modeste, mais la question mérite d'être posée. On connaît l'importance de ces documents (de manière générale) dans l'action publique territoriale ; ils déterminent les orientations et la vocation des différents espaces d'un territoire et peuvent également fixer (pour les documents d'urbanisme) des règles de construction et d'utilisation du sol. Ils peuvent, dans cette optique, contribuer à la régulation des conflits d'usages. Encore faut-il faire rapidement le point sur ces instruments, qui n'ont pas tous la même nature et la même portée ; ils ne se situent en effet pas tous sur le même plan, sachant que le législateur, aujourd'hui dans le cadre de la loi NOTRe (nouvelle organisation territoriale de la République) du 7 août 2015, a cédé à la tentation d'en créer de nouveaux (ce qui n'est pas sans poser des problèmes d'articulation)⁴. Les documents locaux d'urbanisme (au sens juridique), appellent une attention particulière (Daligaux, 2005 ; Graoby-Grobescio, 2008 ; Bordereaux, 2009).

Les PLU (Plans Locaux d'Urbanisme) sont incontournables dans la planification urbaine. Ils sont élaborés et approuvés par les communes ou par les groupements de communes s'agissant des PLUi (intercommunaux) que le législateur souhaite développer. Ils jouent un rôle de premier plan s'agissant des constructions et équipements à usage touristique, mais leur rôle est plutôt modeste concernant le tourisme et la régulation juridique des conflits d'usages en zone littorale.

On observe par exemple que dans les PLU littoraux, le rivage (pour revenir à cet espace touristique) est classé, normalement, en zone N (naturelle)⁵. Cela étant, il n'y a pas souvent de précision particulière concernant l'affectation du rivage. Il peut figurer en zone N remarquable (au sens de la loi Littoral), ou en zone N maritime (PLU des Sables d'Olonne), mais sans élément de nature à prévenir d'éventuels conflits d'usages entre touristes et professionnels de la mer. Cela étant, dans les communes littorales où il y a une activité conchylicole, certaines zones de rivage peuvent être classées en zone No (ou Nco), c'est-à-dire « Naturelles ostréicoles », destinées à accueillir en priorité de telles activités. Une affectation apparaît ; des vocations « de base » peuvent ainsi se dessiner au niveau du PLU.

Cette affectation de l'espace dans le cadre d'un document d'urbanisme est surtout très présente (en principe), et à une échelle intercommunale, avec les Schémas de Mise en Valeur de la Mer (SMVM). Aujourd'hui, depuis la loi sur le Développement des Territoires Ruraux du 23 février 2005, les communes littorales peuvent élaborer un SMVM intégré au Schéma de Cohérence Territoriale (SCOT).

⁴ On pense, par exemple, aux schémas régionaux d'aménagement, de développement durable et d'égalité des territoires. Rappelons par ailleurs les dispositions de l'article L. 131-7 du Code du tourisme relatives aux schémas régionaux de développement du tourisme et des loisirs.

⁵ Juridiquement, aux termes de l'article L. 2111-4 du Code général de la propriété des personnes publiques, « Le rivage de la mer est constitué par tout ce qu'elle couvre et découvre jusqu'ou les plus hautes mers peuvent s'étendre en l'absence de perturbations météorologiques exceptionnelles ».

Le SCOT contient alors un « chapitre individualisé » valant Schéma de mise en valeur de la mer. Vu l'échec des SMVM dits « d'Etat » (de première génération), le législateur a décentralisé « l'outil-SMVM ». C'est là un instrument très intéressant de planification, avec un volet terrestre et maritime, qui répond à plusieurs fonctions. Bien au-delà de la description de l'existant (c'est-à-dire du diagnostic), un SMVM va déterminer la vocation des différentes zones d'un territoire littoral et marin cohérent, comme le rappelle bien le Code de l'urbanisme (article R. 122-3), dont les dispositions soulignent la richesse d'un tel document⁶ :

- Portant sur une partie du territoire constituant une unité géographique et maritime présentant des intérêts liés, concurrents ou complémentaires, le SMVM mentionne les orientations relatives aux cultures marines et aux activités de loisirs.
- Il précise, dans une perspective de gestion intégrée de la zone côtière, les vocations des différents secteurs de l'espace maritime et les conditions de la compatibilité entre les différents usages.
- Il précise les mesures de protection du milieu littoral et marin.
- Il définit les orientations et principes de localisation des équipements portuaires.

On mesure bien tout l'intérêt du SMVM, avec lequel les PLU doivent être compatibles. En particulier, on se situe clairement dans une logique de gestion intégrée des zones côtières (donc globale et concertée), ce qui implique de traiter la thématique du tourisme littoral, sous des angles différents, et d'aborder la question de la compatibilité entre les usages en présence (y compris les usages touristiques).

Le rapport de présentation du SMVM ainsi que ses documents graphiques doivent s'engager sur ces sujets importants. A titre d'illustration, on peut évoquer la carte des vocations du SMVM local de l'étang de Thau, qui définit des zones à vocation conchylicoles, des zones de pêche, des zones strictement protégées car remarquables au titre de la loi « Littoral », et des zones à vocation touristique et de loisir (avec des zones parfois mixtes, pouvant comprendre une affectation prioritaire).

Ce type de planification, qui est le fruit d'un accord politique difficile à trouver et d'une longue concertation, participe activement à la régulation des conflits d'usages en zone côtière. S'agissant du tourisme, cette régulation concerne surtout les rapports entre touristes et professionnels de la mer, lesquels voient leur espace de travail et l'usage professionnel qui en est fait reconnu par un document d'urbanisme ayant une véritable portée normative.

Il faut toutefois rappeler, pour conclure, que peu de SMVM locaux ont été adoptés (même dans le cadre décentralisé du SCOT) : ils suscitent des débats, de la réflexion, mais les élus éprouvent encore des réticences à franchir le pas du SMVM (pour des raisons variées, pratiques et politiques).

Au final, les documents d'urbanisme n'investissent pas encore assez la question des

conflits d'usages (de manière générale comme en matière de tourisme) et on en revient au caractère incontournable du pouvoir de police du maire dans la problématique de la répartition de l'espace littoral entre usagers. L'exercice de ce pouvoir municipal est sans doute ici indispensable ; mais il se révèle assez limité et demeure donc, en tout état de cause, insuffisant. Le discours juridique ne saurait s'incarner en totalité dans ce type d'approche...

Bibliographie

- BORDEREAUX Laurent, Droit du littoral, Lextenso éditions, Gualino, Paris, 2009.
- DALIGAUD Jacques, « La loi littoral à l'épreuve des SCOT », études foncières, juill.-août 2005, p. 33
- DELHOSTE Marie-France, La sécurité dans la bande littorale des 300 mètres, éd. du Papyrus, Montreuil, 2001.
- GRABOY-GROBESCO Alexandre, « Les schémas de mise en valeur de la mer. Retour sur certains aspects juridiques et pratiques d'un instrument de planification intégrée en zone côtière », Annuaire de Droit Maritime et Océanique, tome XXVI, Université de Nantes, 2008, p. 123
- MAUGÛE Christine, « La réaffirmation du caractère exceptionnel de l'occupation privative des plages », Actualité Juridique Droit Administratif, 2006, p. 1496
- SOUSSE Marcel, « Dix ans d'application de la loi Littoral », Environnement et développement durable, nov. 2012, p. 25.

⁶ Pour le juge administratif, les SMVM sont bien des documents d'urbanisme, « en raison tout à la fois de leurs conditions d'élaboration, de leur contenu et de leurs effets » : Conseil d'Etat, 3 mars 2008, *Madame Laporte et autres*, req. n° 278168.

Du résident secondaire aux lobbys de protection d'acquis de classe. Le cas du rôle des associations de résidents secondaires dans les communes touristiques de Megève (France) et de Crans-Montana (Suisse)

Piquerey Lise, Doctorante en géographie

UMR 5204 EDYTEM Université de Savoie/CNRS

Résumé

Le résident secondaire représente, dans sa façon de pratiquer ponctuellement les stations touristiques, une hybridité dans le champ touristique. En effet, bien que le site de villégiature soit perçu comme un potentiel vecteur d'aménité, perception partagée avec les touristes ordinaires, les résidents secondaires, à travers la possession d'un bien immobilier, se placent à l'interface entre touristes et habitants, soulevant ainsi la délicate question de l'apparition d'un mode d'habiter hybride, à travers le prisme de la mobilité, au sein des stations touristiques. Or, si la seule capacité à pouvoir occuper de façon successive plusieurs résidences relève de la capacité de mobilité de chacun, ne peut-on pas supposer que la possession d'une résidence secondaire puisse également relever d'un souhait « d'ancrage » de la part de certains résidents secondaires ? Les résidents secondaires ne peuvent-ils pas devenir des acteurs décisionnels au sein des stations touristiques, marquant ainsi une volonté d'intégration dans la vie politique locale ? Cette hypothèse de recherche est appréhendée à partir d'étude de cas, analysées dans une recherche doctorale en cours qui porte sur le rôle des élites dans l'aménagement des stations de sports d'hiver haut de gamme en Autriche, en Suisse et en France. Au sein de l'échantillon des stations étudiées, deux sont marquées par une implication des résidents secondaires dans la vie politique locale à travers la création d'associations: Crans-Montana (Suisse) et Megève (France). Ces associations regroupent des individus aux capitaux élevés, pour qui la possession d'un bien immobilier relève, de façon conjointe ou non, d'un placement financier, d'un héritage social et d'une pratique de classe. Ces associations, sous couvert de préservation de l'environnement des stations ou de leur identité, apparaissent comme des lobbys de protection d'acquis privés vis-à-vis des instances politiques locales. La place et l'influence politiques ainsi obtenues par les résidents secondaires, tendent à les ériger au rang d'habitants à part entière des stations de sports d'hiver.

Mots-clés : résident secondaire, Megève, Crans Montana, politique locale, lobby.

Introduction

Les résidents secondaires au sein des stations de sports d'hiver sont une réalité, qui soulève fantasmes et oppositions de la part des habitants, comme l'a montré le référendum suisse sur la limitation des résidences secondaires de 2012 (Schuler et Dessemontet, 2013). Évoquer le résident secondaire, c'est avant tout parler d'un individu au statut flou, dont les motivations ne sont pas clairement définies. A la fois habitant de l'ailleurs et résident temporaire ici, le résident secondaire se place dans une position d'entre-deux, que lui-même n'arrive pas forcément à définir, apparaissant plus comme intégré dans une norme des pratiques touristiques (Jaakson, 1986). Comme le définit J.-D. Urbain, le résident secondaire est « fidèle à un territoire et à un domicile alternatif, homme d'un séjour répété, il n'est pas un « dépaycé » mais un habitué – un villégiateur récurrent » (2002, p. 515). Le caractère temporaire de sa présence sur le territoire peut-il toujours être un critère de définition lorsque ce dernier réalise des séjours répétés depuis plusieurs années dans un même lieu ? De plus, si le résident secondaire recherche un dépaysement lorsqu'il se rend dans des stations touristiques, ne tend-il pas à reproduire ses pratiques urbaines dans des lieux d'un ailleurs idéalisé ? Ces deux questions sont posées de façon spécifique dans deux stations de sports d'hiver haut de gamme⁷, Megève (France) et Crans-Montana (Suisse), où la présence des résidents secondaires et des villégiateurs a marqué à la fois les modalités de réalisation et de développement de leur mise en tourisme. Megève est un des symboles du rôle des élites dans le développement de la pratique des sports d'hiver : sa mise en tourisme a connu un réel développement à partir de 1919 avec la création de Société Française des Hôtels de Montagne par la famille de Rothschild qui souhaite y réaliser un hôtel digne des palaces des Grisons dans lesquels, suite à la première guerre mondiale, Noémie de Rothschild refuse de se rendre car trop fréquentés, selon elle, par les Allemands. Plus que de développer l'hôtellerie haut de gamme, la baronne deviendra une des premières résidentes secondaires, en commandant un chalet à l'architecte H.-J. Le Même au début des années 1920.

Au sein des stations de sports d'hiver haut de gamme, la présence des résidents secondaires n'est que peu visible. Ces derniers y reproduisent en effet des modes et des pratiques d'habiter qui sont identiques à celles des espaces urbains du quotidien. L'agencement et la délimitation des propriétés privées tendent à produire un paysage urbain de la fermeture semblable à celui des espaces urbains de leur quotidien (figure 1). En effet, la fermeture et la sécurisation de l'habitation, le bornage de la parcelle au moyen de grilles, de murs et murets constituent une stratégie de distinction et de mise à distance forte de ces espaces privés vis-à-vis des espaces publics. Cette mise à distance serait révélatrice du caractère

⁷ Ce texte fait suite à une communication lors du colloque et s'intègre dans une recherche doctorale en cours qui porte sur la ségrégation au sein des stations de sports d'hiver haut de gamme en Autriche, en France et en Suisse. Dans ce cadre, nous distinguons station touristique et station touristique haut de gamme, dont la caractéristique principale est d'être produite et développée à partir de la multiplication et de l'agrégation dans un même lieu d'hébergements et d'infrastructures sélectifs et exclusifs, destinés aux catégories socio-économiques supérieures.

distancié des liens que les résidents secondaires entretiennent avec le territoire : « sa tactique d'installation, en pérennisant un état tiers situé entre celui de l'étranger (le touriste de passage) et celui de l'indigène (le résident permanent), vise à le maintenir suspendu en un statut flottant, sans gravité sociale, dehors et dedans à la fois, optimalement protégé dans le contexte local tout en s'y inscrivant » (Urbain, 2002, p. 517). M. de la Soudière (1998) suggère d'ailleurs que ce n'est pas tant les aménités de site que ce que le résident secondaire produit comme liens cognitifs et affectifs avec le territoire qui serait au fondement même de sa pratique.

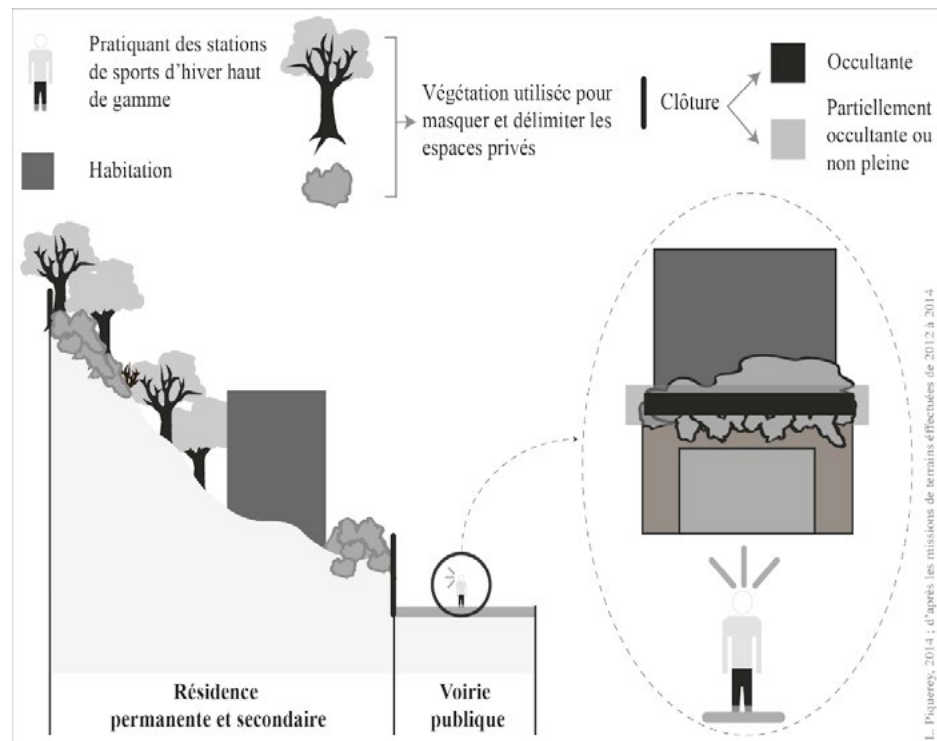


Figure 1 : Visibilité des résidences secondaires dans les stations de sports d'hiver haut de gamme : vers la production d'un paysage urbain de la fermeture (vue de coupe et de face). Conception et réalisation : Lise Piquerey, 2015

Or, au sein des deux stations touristiques étudiées, ce caractère distancié semble être mis à mal à travers le regroupement des résidents secondaires dans deux associations qui leurs sont dédiées :

« Les Amis de Megève et de Demi-Quartier » : créée en 1975 sous l'impulsion d'un

groupe de résidents secondaires, elle s'opposait à la validation d'un permis de construire sur la commune de Megève. En 2011, elle fusionne avec l'association des résidents secondaires de Demi-Quartier pour pouvoir former un ensemble associatif plus important. En effet, cette seconde association regroupait des résidents secondaires de Megève et de Demi-Quartier, commune limitrophe. Actuellement, l'association regroupe 400 membres sur les 6 903 propriétaires de résidences secondaires présents à Megève. L'objectif de l'association est de « fédérer des gens qui se connaissent déjà, avec pour objectif principal la qualité de vie » (entretien Mr. Werner, président de l'association, août 2013).

« L'Association des Propriétaires d'Appartements et de Chalets de Crans-Montana » (APACH) : créée dans les années 1980, cette association est remise en marche et redynamisée en 2012 lorsqu'une poignée de résidents secondaires entre au bureau. Elle est à destination des propriétaires n'ayant pas le droit de vote sur la commune (condition stipulée dans les statuts de l'association). Elle compte actuellement 250 membres sur les 10 000 propriétaires de résidents secondaires que compte la commune.

Ces deux associations assurent deux missions principales : une mission de sociabilité et une mission de protection et de préservation des intérêts de ses membres à travers de l'identité des stations. Ainsi, à travers ces deux associations, les résidents secondaires se regrouperaient pour obtenir une identité propre au sein des stations de sports d'hiver haut de gamme, qui viseraient d'une part à produire une sociabilité entre les membres et, d'autre part, la protection d'un intérêt commun : l'environnement urbain et touristique dans lequel se localise leur bien immobilier. Les associations de résidents secondaires offrent-elles des formes de sociabilité spécifique aux stations haut de gamme de l'arc alpin allant au-delà de leur fonction de lobby au sein des stations touristiques qui les érige en acteur à part entière de la vie sociale et politique locale

Pour répondre à cette question, nous proposons une étude des rôles portés des deux associations, à partir d'un travail méthodologique fondé d'une part sur les procès-verbaux des associations et des lettres d'informations disponibles sur leur site internet respectif⁸, et d'autre part sur trois entretiens réalisés avec Mme Grosset-Janin (maire de Megève de 2008 à 2014, rencontrée en avril 2013), Mme Jullien-Brèches (maire de Megève depuis 2014, rencontrée en avril 2014) et M. Werner (président de l'association des Amis de Megève, entretien téléphonique août 2013)⁹.

8 Amis de Megève : <http://www.amis-de-megeve.com/> . Association des propriétaires d'appartements et de chalets de Crans-Montana : <http://www.apach.ch/>

9 Malgré deux demandes d'entretiens, nous n'avons pu obtenir de rendez-vous avec le président ou un membre du bureau de l'association des résidents secondaires de Crans-Montana.

Du titre de propriété à la création d'un entre-soi : la mission de sociabilité des associations de résidents secondaires

Les associations organisent des rendez-vous et des événements, qui correspondent en quelque sorte aux pratiques sociales de leurs membres. L'article 2 de l'association mégevanne stipule que « l'association a pour but : [...] – de favoriser les relations entre ses adhérents par des manifestations et activités diverses » (2013, p. 1). Selon ce principe, l'association organise par exemple un slalom durant la période hivernale, des séances de ski avec des jeunes champions locaux dans le cadre de sponsoring (6 900 € en 2014), et des balades en montagne durant la période estivale. A Megève, cette association propose principalement des pratiques sportives et culturelles.

L'association de Crans-Montana porte trois objectifs : l'information auprès des nouveaux arrivants, l'organisation d'événements APACH (rencontres annuelles, soirées exclusives) et la création d'un lieu de rencontre (club exclusif et accès au restaurant) (bulletin de présentation, 2012). Ces objectifs se démarquent nettement de ceux de l'association de Megève, puisqu'ils mettent clairement en avant le principe d'exclusivité. L'association de Crans-Montana est partenaire de deux événements de Crans-Montana Tourisme : Les Caprices (festival de musique) et un tournoi de golf estival. Lors de ces événements, des espaces et des offres sont réservés aux membres de l'APACH, durant les concerts du festival ; les membres ont par exemple accès à un espace VIP qui surplombe le public debout en contre-bas, dans lequel ils ont à discrétion de la nourriture et des boissons. L'association souhaite également réaliser le projet d'un restaurant et club exclusif en auto-financement. Nommé « Le Panoramique », ce dernier est présenté de la façon suivante : « Facile d'accès en été comme en hiver, le panoramique justifie son nom : une vue à couper le souffle. Le restaurant : un restaurant et une terrasse de 90 places, chacun seront desservis par une cuisine simple mettant en valeur des produits de qualité [...] Le club : un étage complètement dédié à l'espace club. Un service soigné, des produits de qualités ainsi que l'accès limité en font un havre de paix pour un moment de détente gastronomique. Espace bien-être : l'espace club est également équipé d'un jacuzzi extérieur. Deux lits massant intégrant la dernière technologie aux pierres de jades sont mis à disposition des membres. Un petit vestiaire avec douche ainsi que des casiers à ski complètent l'offre privilège du club » (brochure de présentation du club APACH, 2014). Plus qu'un affichage promotionnel, l'exclusivité du lieu s'exerce à travers l'implication des membres dans le club et la construction du lieu : « Investir et devenir membre : le projet architectural est divisé à CHF 4 millions. Il pourra être financé par la vente de 100 parts à CHF 40'000.- Ceci n'est qu'indicatif et sera examiné lors de la constitution de l'association ; le nombre de membres et le prix est à débattre. Le financement de l'exploitation sera assuré par les revenus du restaurant ouvert 7 mois par an. Chaque membre sera soumis à une cotisation annuelle de CHF 1'000 » (*id.*). Ainsi, dans le cas de Crans-Montana, l'association, en plus de créer une sociabilité entre les propriétaires de résidences secondaires, tente de produire un entre-soi, basé sur deux critères : le titre de propriété et le capital économique.

Si l'association de Megève élabore également une sociabilité entre les membres, l'intégration d'habitants permanents dans l'association souhaitée par le président semble atténuer l'effet d'entre-soi, en privilégiant un réseau plus associatif. L'entre-soi se définit comme le regroupement d'individus aux formes de capital individuel homogènes où les stratégies d'inter-reconnaissance et de cooptation permettent la création d'un groupe dans lequel la sociabilité se base sur un principe de solidarité réciproque. La solidarité est définie comme l'ensemble des liens qui intègrent l'individu dans des cercles de sociabilité où les caractéristiques des membres sont identiques aux caractéristiques individuelles de chacun. Les liens affinitaires produisent une agrégation sociale d'identités homogènes et participent de la création de préservation et de protection des acquis que possèdent ces mêmes identités (Paugam, 2008 ; Simmel, 1908). Elle s'exerce à une échelle plus large que celle de l'emploi ou de la station dans lesquels ils possèdent une résidence secondaire. Or, comme le propose A.-C. Wagner, les élites ne peuvent seulement être appréhendées au regard des limites nationales. Leurs pratiques spatiales et les réseaux qu'elles intègrent les placent dans une situation de cosmopolitisme, où l'internationalisation serait produite à partir des réseaux professionnels, mais également personnels, constitués dans les Cercles privés, les événements mondains et bien évidemment dans les grandes écoles internationales : « Dans les plus hautes sphères, les réseaux de reconnaissance les plus internationaux s'entremêlent harmonieusement et sans conflit avec les cercles les plus traditionnellement nationaux » (Wagner, *op. cit.*, p. 38). L'internationalisation des élites est au cœur d'une auto-reconnaissance où la proximité spatiale n'est pas moins importante que la proximité sociale, produisant une sociabilité cosmopolite des classes dominantes qui « repose sur des liens forts, à la fois denses et redondants. Force de liens qui se traduit par une faible diversification et une grande efficacité sociale » (Wagner, 2007, p. 49). Le caractère international des élites est permis par leurs capacités et à leurs possibilités de se déplacer à l'échelle internationale dans des lieux qui leur sont destinés, dans lesquels elles se retrouvent entre elles (à l'image des succursales des différents Cercles répartis à l'échelle mondiale), suivant ainsi leurs pratiques de mobilité (Fol, 2009). Pour A.-C. Wagner, les catégories socio-économiques supérieures pratiqueraient la multi-positionnalité, rendant compte du don d'ubiquité sociale qu'elles possèdent (2007). Plus que de mettre en lien les individus, ces réseaux, en produisant des liens forts, reflètent la conscience de classe dont s'emparent les membres, s'épanouissant dans une dynamique de solidarité inter-membres, puisque protéger l'autre revient à protéger ses propres acquis. Cette solidarité de salon devient force de mobilisation lorsque les acquis des catégories socio-économiques sont remis en question par des institutions ou des individus extérieurs au groupe.

De l'intérêt général à l'intérêt du groupe : les stratégies de préservation et de protection des stations touristiques par les associations de résidents secondaires

l'association des Amis de Megève se place comme un outil de rassemblement « des résidents permanents, réguliers ou occasionnels de Megève et de Demi-Quartier ou des communes environnantes épris du site exceptionnel de ces deux communes ainsi que de leurs traditions et leur style de vie savoyard » (article 2, statut de l'association des amis de Megève et de Demi-Quartier, 2013, p. 1). Et plus que de rassembler des individus s'extasiant devant des aménités patrimoniales ou naturelles, l'association vise à « aider et conforter toute action visant à protéger, embellir, améliorer leur habitat et leur environnement, et par la suite à épanouir un ensemble qui doit être exemplaire ; suggérer, décider et réaliser toutes les actions ponctuelles ou générales permettant de réaliser ces objectifs ou de contrarier tout ce qui pourrait leur nuire » (*id.*). Pour mener à bien ces missions, l'association peut, à titre de personne morale, « agir – notamment par des actions en justice – pour la sauvegarde de l'environnement, de l'aménagement harmonieux et équilibré du territoire et de l'urbanisme » (*id.*). Le président de l'association, Mr Werner, définit cette mission comme étant de « vigilance sur l'environnement, le cadre de vie et plus généralement sur tout ce qui fait qu'il fait bon vivre à Megève » (procès-verbal de l'assemblée générale ordinaire, août 2008, p. 1). Pour protéger cette qualité de vie, l'association engage des actions de protection, qui passent par exemple par la rénovation d'édifices vernaculaires qu'ils jugent à préserver et à protéger (réhabilitation du chemin de croix du Calvaire et demande de classement dans l'inventaire du patrimoine national faite en 2008) ; « enfin, l'association, soucieuse de soutenir l'embellissement de la commune, a proposé à celle-ci de s'intéresser à la restauration du lavoir près des 5 rues, qui est passablement dégradé. Cette proposition a été accueillie avec faveur par Madame le Maire. [...] La dernière intervention de ce type remonte à une dizaine d'années, avec la toiture de la chapelle du Maz » (procès-verbal de l'assemblée générale ordinaire, août 2012, p. 3). Cette mission se réalise grâce au droit de concertation et d'opinion que les membres ont auprès des équipes municipales. Dans certains cas, elle se fait par des déposes de recours auprès des tribunaux administratifs et de la mairie. Par exemple, en 2008, l'association a déposé un recours auprès de la mairie suite à une opération immobilière qui, selon eux, mettait en péril l'intégrité et la qualité du site du Calvaire¹⁰, d'autres commentaires portent sur des aspects plus ponctuelles : « l'installation d'un conteneur

10 « Au passage, je vous informe que nous nous sommes intéressés à l'opération « Les Balcons de Megève », située en bordure du site du Calvaire, sur la droite quand on monte. Cette opération s'est vu délivrer un permis de construire sous l'ancienne règle d'urbanisme du POS. Au regard des règles d'urbanisme, elle est parfaitement en règle. Compte tenu du fait qu'elle fait disparaître une partie de la « coulée verte » et de la « coulée blanche » existant encore en amont du village, l'Association a, début avril 2008, déposé un recours gracieux auprès de la municipalité. Ce recours gracieux a été tacitement rejeté le 11 juin 2008. Notre objectif était de montrer à la nouvelle municipalité combien nous étions vigilants sur les questions d'environnement et particulièrement sur le Calvaire, l'opération étant non pas sur le site lui-même, mais très proche. J'ai eu l'occasion de donner ces explications à Mademoiselle Grosset-Janin fin juin » - Procès-verbal de l'assemblée générale ordinaire du 4 août 2008.

bleu roi, par un commerçant dans la rue en amont du rond-point de Rochebrune. Le caractère peu passager de cette voie ne suffit pas à s'exonérer des contraintes de qualité visuelle du site » (procès-verbal de l'assemblée générale ordinaire, du 4 août 2009, p. 1) « Nous avons attiré également l'attention de Madame le Maire sur la multiplication des panneaux publicitaires » (procès-verbal de l'assemblée générale ordinaire, du 2 août 2011, p. 2). Le droit d'opinion et la mission de vigilance sont utilisés plus régulièrement comme droit de regard sur des affaires relevant du domaine décisionnel des élus communaux, notamment en matière d'aménagement. Dans le cas de Megève, cette possibilité est utilisée sur un sujet sensible : la validation du plan local d'urbanisme. L'association a par exemple en 2008 déposé un recours en annulation contre la première version du PLU, car il était jugé « non correctement motivé. Il ne proposait pas de vision à long terme. Ce PLU était clairement une atteinte à la qualité du site et à celle de l'environnement » (entretien, avril 2013). Mr Werner, a durant notre entretien, réaffirmé la volonté de l'association de protéger l'intérêt commun, d'après lui les relations avec la municipalité sont courtoises : « on ne s'oppose pas de manière conflictuelle face à l'équipe municipale même si nous engageons des recours [...] Nous par exemple, on se bat pour qu'on ne construise pas en bas du Calvaire, et elle [Mme le Maire] coupe la poire en deux » (entretien, avril 2013). Lors des deux entretiens effectués avec Mme Grosset-Jannin, cette courtoisie semble être d'apparence, car l'association pose un regard sur les projets d'urbanisme et d'aménagement touristiques allant à l'encontre de ceux du conseil municipal¹¹ : « les résidents secondaires sont les alliés des écologistes. Ils ne sont pas forcément en lien avec la réalité, mais ils veulent que leur investissement perdure. Leurs chalets sont avant tout des héritages régis par la transmission du patrimoine, ils sont attachés à Megève, comme des Megévans de souche » (entretien, avril 2013). Pour Mme Jullien-Brèches, élue en 2014, si les résidents secondaires sont bien une force d'opposition, les rapports entre eux et la municipalité actuelle sont plus consensuels, et les interactions constructives : « Ils [les résidents secondaires] ont un rôle à apporter à Megève. C'est vraiment pour la commune, ils ne représentent pas d'intérêts personnels. Toute opposition est constructive, ici elle défend les intérêts de Megève dans leur globalité. Enfin, c'est comme ça que je vois l'association » (entretien, avril 2014). Dans certains cas, les recours sont déposés auprès des tribunaux administratifs, c'est d'ailleurs pour contrer un permis de construire déposé et accepté à proximité du Calvaire que l'association est apparue. Bien que d'après le président de l'association, les membres souhaitent ne pas multiplier ces démarches, elles restent récurrentes, comme en 2014 où « un recours contentieux en annulation a été déposé par l'association » (procès-verbal de l'assemblée générale ordinaire, du 4 août 2014, p. 1) contre un dépôt de permis de construire de deux chalets individuels sur le bas du Calvaire.

11 Lors de l'entretien avec M. Werner et de la lecture des procès-verbaux des assemblées générales, nous avons relevé une opposition des résidents à un développement de l'offre hôtelière haut de gamme sur la station, notamment en raison de la construction en cours d'une hôtel cinq étoiles *four seasons* : « en résumé, l'association s'inquiète d'une volonté à outrance exprimée dans le PADD pour le développement de projets hôteliers et réitère sa demande pour qu'une étude offre/demande soit réalisée et disponible. Au sujet de la construction d'un hôtel bénéficiant d'un COS largement supérieur à celui des habitations, l'association a exprimé son inquiétude sur la transformation éventuelle d'hôtels en logements » (procès-verbal de l'assemblée générale ordinaire, août 2013).

Cet exemple est particulièrement intéressant, car les recours ont été doublé par ceux des membres, déposés à titre individuel. De plus, pour ses démarches, l'association peut compter sur ses ressources propres, tant humaines que financières : « Pour 2014, l'association subira des charges non récurrentes liées au recours engagé contre les permis de construire des deux chalets en bas du Calvaire. Ces charges sont les honoraires payés aux architectes qui ont travaillé sur le dossier. Il est bon de rappeler que Maître Poujade a mené ce dossier sans prendre aucun honoraire. La trésorerie présente un solde positif de 84.000 €. Cette réserve permettra [...] de faire face aux dépenses juridiques liées aux différents recours » (procès-verbal de l'assemblée générale ordinaire, août 2014, p. 3). Bien que l'association mette clairement en avant le fait que ses actions soient menées en faveur de l'intérêt général¹², la mission de préservation et de protection qu'elle entreprend préserve les investissements réalisés par ses membres sur la commune, car ils disposent des ressources économiques et sociales nécessaires. En effet, les membres de l'association sont, d'après son président, des urbains aux ressources élevées « les membres sont à 90 % des Parisiens, Genevois, Italiens. Il y a quelques Marseillais et Lyonnais. Il n'est pas aberrant de constater que les gens qui fréquentent Megève [en parlant de ceux qui sont membres de l'association] sont principalement des urbains, cela nécessite des moyens importants. Donc ce n'est pas étonnant que l'on trouve plus de gens comme ça dans les villes que dans les campagnes ». Cette caractéristique est également celle des propriétaires de résidences secondaires de Crans-Montana. Si l'APACH affiche cette mission de protection et de concertation, elle n'en est qu'aux prémises tout en souhaitant s'y investir pleinement. A la différence des Amis de Megève, elle affiche ostensiblement l'objectif de protection des acquis socio-spatiaux de ses membres¹³ : « L'association des communes par la voix de son président Jean-Claude Savoy, propose à l'APACH de participer à trois commissions de l'ACCM (Association des Communes de Crans-Montana), à titre consultatif : les commissions économie et tourisme, urbanisme et mobilité et nouvelles infrastructures. Nous avons donc via un courrier mail mis sur pied une consultation auprès de nos membres pour, d'une part, trouver des représentants dans ces commissions et, d'autre part, faire un sondage sur les sujets prioritaires pour une majorité de nos membres. Je tiens absolument que nos délégués soient porteurs d'un réel mandat représentatif, car c'est ce qui leur donnera une réelle influence dans leurs prises de positions. Nous continuerons donc à vous consulter et il est important que vous soyez nombreux à nous donner votre avis sur les sujets qui vous importent » (D. Salzmann, *Apachnews*, n°12, p. 1)¹⁴. La concertation entre association et commune n'est pas sans intérêt pour les deux parties. Si, pour les résidents secondaires, cela permet de conforter leurs acquis, pour les communes, ils représentent une ressource financière non négligeable. En France, les résidents secondaires doivent s'acquitter de la taxe foncière, élevée dans les communes touristiques. A Crans-Montana, ils doivent payer la taxe de séjour et celle de promotion touristique lorsque les propriétaires louent leurs biens immobiliers. M. Berger, président de l'APACH, note « l'importance, pour les stations de haute montagne, des propriétaires

de résidences secondaires. Il est avéré à cet égard, mais trop méconnu, que ce sont eux (c'est-à-dire nous) qui, comparativement, contribuent financièrement le plus aux stations » (APACH, *News*, n°1/2015, p. 1) en consommant sur place et en réglant les taxes de séjours. C'est avec cet argument, qu'en 2014, l'APACH s'est opposée à un projet de loi, porté par le conseil communal, souhaitant instaurer une taxe sur les résidences secondaires pour augmenter leur occupation : « une contribution plus active locale est attendue de la part des propriétaires de résidences secondaires, incités à occuper ou à faire occuper plus régulièrement leur logement. Ils participent ainsi de fait plus activement à l'économie générale des communes touristiques » (règlement intercommunal sur les résidences secondaires, 2014, p. 2). Soumise à un référendum local, la loi a été rejetée par la population locale dans cinq communes du haut-plateau. Les membres de l'APACH n'ont d'ailleurs pas hésité à faire entendre leur voix au sujet de cette proposition de loi qu'ils jugent « injuste mais aussi contre-productive à l'heure où le tourisme de montagne souffre du franc fort [suisse] et de la crise » (APACH, *News*, n°1/2015, p. 1), en engageant notamment un professeur de droit fiscal pour les aider dans les démarches.

Conclusion : les associations de résidents secondaires : la force de mobilisation d'une classe

Les deux associations remettent en question la déconnexion entre résident secondaire et territoire, en les érigeant en force d'opposition à part entière, qui souhaite protéger et préserver les raisons de son investissement au sein des deux stations touristiques. Comme le montrent les comptes-rendus des associations, les aménités de site seraient un des principaux facteurs des achats immobiliers réalisés dans les stations touristiques (Perlik, 2006). Ici, le résident secondaire ne serait plus cet individu au statut flottant, mais plutôt un individu engagé, visant à protéger ses acquis sociaux, sous couvert d'un syndrome NIMBY. Cela s'exprime dans les concertations qui ont lieu entre les équipes municipales dirigeantes et les associations, mais également dans des actes plus forts, comme l'acte de vote au sein des stations touristiques. Comme le rappelle le président de l'association des Amis de Megève, « chaque voix compte plus lourdement ici qu'ailleurs ! » (procès-verbal de l'assemblée générale ordinaire, 5 août 2013, p. 2) ; cette mobilisation a permis un taux record de vote des résidents secondaires lors de la dernière élection municipale de 2014 : 15 % des membres de l'association ont voté à Megève. Utiliser le droit de vote renforce ainsi le poids de l'association comme un lobby vis-à-vis des actions des élus locaux. La mobilisation des résidents secondaires, tant au niveau de leurs ressources que de leurs actes individuels, leur permet ainsi de participer à l'aménagement et au développement économique et touristique des stations. De plus, au vu des enjeux financiers qu'ils représentent, les municipalités locales ont tout intérêt à prendre en compte leurs propositions. Les résidents secondaires se chargent donc d'une réelle force de mobilisation de classe visant à protéger la valeur des lieux et les acquis individuels. Cette capacité de

mobilisation n'est pas propre aux seuls résidents secondaires aisés des stations de sports d'hiver haut de gamme, mais est représentative de la capacité des classes dominantes à pouvoir se regrouper, sous la forme d'un entre-soi, pour protéger les formes de capital individuel qu'ils possèdent (Pinçon et Pinçon-Charlot, 2007).

Bibliographie

FOL Sylvie, 2009, *La mobilité des pauvres*, Paris, Éditions Belin, 261 p.

JAAKSON Reiner, 1986, « Second-home domestic tourism », *Annals of tourism research*, vol. 13, p. 367-391.

PAUGAM Serge, 2008, *Le lien social*, Paris, Presses Universitaires de France, 127 p.

PERLIK Manfred, 2006, « The specifics of Amenity Migration in the European Alps », in Moss LAURENCE A. G. (dir.), *The amenity migrants. Seeking and sustaining mountains and their cultures*, Londres, Cromwell Press, p. 215-231.

PINÇON Michel et PINÇON-CHARLOT Monique, 2007, *Les ghettos du gotha. Au cœur de la grande bourgeoisie*, Paris, Editions du Seuil, 337 p.

SCHULER Martin et DESSEMONTET Pierre, 2013, « Le vote suisse pour la limitation des résidences secondaires », *Revue de géographie alpins*, consulté le 25 novembre 2015 : <http://rga.revues.org/1868>

SIMMEL George, 1999, *Sociologie. Études sur les formes de la socialisation*, (1^{er} édition en allemand, 1908), Paris, Presses Universitaires de France, 780 p.

SOUDIERE (de la) Martin, 1998, « L'appel des lieux : une géographie sentimentale » in DUBOST François (dir.), *L'autre maison. La résidence secondaire, refuge des générations*, Paris, Autrement, collection « Mutations », p. 102-137.

URBAIN Jean-Didier, 2002, « Le résidents secondaire, un touriste à part ? » *Ethnologie française*, vol. 32, p. 515-520.

WAGNER Anne-Catherine, 2003, « La bourgeoisie face à la mondialisation », *Mouvements*, n°26, p. 33-39.

WAGNER Anne-Catherine, 2007, *Les classes sociales dans la mondialisation*, Paris, Éditions La Découverte, collection « Repère », 117 p.

Documents relatifs aux associations :

- Amis de Megève

Statut de l'association des Amis de Megève et de Demi-Quartier, 2013, 4 p.

Procès-verbal de l'assemblée générale ordinaire du 4 août 2014, 8 p.

Procès-verbal de l'assemblée générale ordinaire du 5 août 2013, 4 p.

Procès-verbal de l'assemblée générale ordinaire du 6 août 2012, 5 p.

Procès-verbal de l'assemblée générale ordinaire du 2 août 2011, 3 p.

Procès-verbal de l'assemblée générale ordinaire du 4 août 2008, 4 p.

- Association des propriétaires d'appartements et de chalets de Crans-Montana

Bulletin de présentation de l'association, 2012, 4 p.

Brochure de présentation du club « Le Panoramique », 2014, 6 p.

Apachnews, n°1, 2015, 2 p.

Apachnews, n°12, 2014, 1 p.

Association des communes de Crans-Montana, 2014, Règlement intercommunal sur les résidences secondaires (RIRS). Projet pour la mise à l'enquête, p. 8.

Observer les pratiques récréatives des touristes : complémentarité des méthodes et des acteurs de l'observation

Perrin-Malterre Clémence, Maître de conférences en STAPS

Chanteloup Laine, Post-doctorante en géographie

UMR 5204 EDYTEM Université Savoie Mont-Blanc/CNRS

Introduction

Dans le cadre d'un programme de recherche interdisciplinaire associant des sociologues, des géographes et des écologues, et portant sur les interactions entre les pratiquants de sports de nature et la faune sauvage dans le Parc Naturel Régional du Massif des Bauges (PNRMB), une méthodologie d'observation des pratiques récréatives des touristes et excursionnistes¹⁵ a été mise en place au cours de l'été 2014. Suivant une perspective structuraliste, différentes formes de pratiques estivales de la montagne et d'expériences de la nature ont été analysées à partir de variables socio-culturelles (Corneloup, 2003). La finalité de ce travail est de mieux saisir les différents comportements et activités touristiques et récréatives afin de permettre au Parc de cibler, voire d'ajuster les mesures de gestion à mettre en place sur son territoire.

Dans le même temps, le PNRMB commanditait une étude pour observer les clientèles touristiques et excursionnistes du Massif. L'objectif de cette étude est de constituer un outil d'aide à la décision permettant de préciser les réflexions en cours sur la stratégie touristique du Parc. Ainsi, la finalité des deux enquêtes se rejoint dans la mesure où elles visent à fournir des données pour guider l'action des gestionnaires de l'espace protégé. Elles s'inscrivent donc dans une démarche de recherche-action, processus destiné à « produire des connaissances pratiques, à partir de la mise en relation de l'action et de la réflexion, de la théorie et de la pratique » (Reason et Bradbury, 2001, p.1). L'enquête commanditée par le Parc relève davantage de la recherche action interne « où la volonté de changement et l'intention de recherche appartiennent à une même équipe au sein d'une institution unique » ; alors que l'enquête menée dans le cadre du programme interdisciplinaire s'inscrit dans une démarche de recherche-action associée où l'action de changement est « portée par des usagers (membres d'une institution) et l'intention de recherche par les membres

¹⁵ Nous reprenons la distinction effectuée par l'Organisation Mondiale du Tourisme entre touriste et excursionniste : un visiteur est qualifié de touriste s'il passe au moins une nuit sur place, et d'excursionniste s'il vient à la journée

d'une équipe appartenant à un laboratoire extérieur » (Liu, 1997, p. 295). Celle-ci prend forme lorsque les acteurs de terrain font face à un problème et souhaitent y consacrer des ressources pour trouver des solutions, alors que les chercheurs voient dans cette problématique des questionnements scientifiques contribuant à la recherche fondamentale.

L'objet de cette contribution est donc d'analyser ce processus de recherche-action associée ou partenariale et de mettre en évidence les données d'enquête produite sur les clientèles touristiques et excursionnistes du Massif des Bauges.

Dans un premier temps, il s'agira de mettre en évidence les modalités de construction du partenariat entre les chercheurs et les gestionnaires du PNRMB dans le cadre de la recherche action associée. Pour cela nous suivons la proposition d'Audoux et Gillet (2011) de mobiliser le cadre conceptuel de la sociologie de la traduction (Callon, 1986 ; Latour, 2005) pour analyser le partenariat entre acteurs et chercheurs. Dans un second temps, nous présenterons les différentes méthodes utilisées pour l'observation des touristes et des excursionnistes afin de mettre en évidence le type de données fournies par ces différents dispositifs (Chanteloup et al., 2016). Un troisième temps détaillera les relations qui se sont établies entre les scientifiques et la chargée de mission « observatoire touristique du Massif des Bauges » dans le but d'assurer au mieux le déroulement de chaque enquête et de mutualiser certaines de leurs données.

La construction du partenariat entre acteurs et chercheurs

Audoux et Gillet (2011) identifient plusieurs phases du processus partenarial entre acteurs et chercheurs impliqués dans une recherche-action. Il est possible de mettre en évidence ces différentes phases dans la construction du partenariat entre chercheurs et gestionnaires dans le cadre du programme interdisciplinaire sur les interactions entre pratiquants de sports de nature et faune sauvage.

La première phase, celle de la problématisation, constitue le socle de l'interaction partenariale. Elle consiste à produire une question ou un énoncé qui contribue pour les différents acteurs impliqués à « forger l'objet de façon à ce qu'il corresponde à leurs intérêt explicites » (Latour, 2005, p. 261). Dans le cadre du programme de recherche interdisciplinaire, les gestionnaires du PNRMB ont délégué la problématisation aux chercheurs, mais un accord téléologique préalable a permis une entente essentielle sur la finalité du projet.

La deuxième phase, celle de l'intéressement, est un « processus lors duquel il est décidé de qui et de quoi l'association doit être faite à partir de ce qui importe plus ou moins à chacun » (Audoux et Gillet, 2011, p. 6). Cette opération d'association se réalise à travers un système d'alliance d'intérêts propres à chacun des acteurs. Dans le cadre du programme

de recherche interdisciplinaire, si chaque partenaire avait des objectifs propres, il est vite apparu qu'ils pouvaient être convergents. L'alliance d'intérêt a principalement concerné la mise en place de la méthodologie de recherche. Le questionnaire pour les pratiquants de sports de nature a par exemple intégré des questions portant sur l'efficacité des campagnes de sensibilisation à l'environnement lancées par le PNRMB. Celui-ci a ainsi été un outil autour duquel les différents partenaires ont dialogué, leur permettant d'explicitier leurs attentes et leurs intérêts. L'un des avantages du partenariat entre chercheurs et gestionnaires est donc une préparation située du travail de recherche, adapté au contexte local (Chanteloup et *al.*, 2015).

L'enrôlement constitue la troisième étape lors de laquelle il s'agit de définir et de coordonner les rôles et les ressources investies dans le dispositif partenarial (Audoux et Gillet, 2011). Dans le cadre du partenariat, les rôles de chacun se sont inscrits dans le domaine de compétences de chaque acteur impliqué. Les gestionnaires du PNRMB ont conservé un rôle relié aux fonctions politiques et opérationnelles de gestion du territoire, tandis que les chercheurs ont endossé un rôle lié aux fonctions de recherche et se sont répartis le travail pour la récolte des données. Cela ne signifie pas que le travail de chacun était déconnecté : la passation de questionnaires a par exemple donné lieu à une réunion afin de coordonner le travail de terrain avec les activités du territoire (Cf. *infra*). En terme de ressources investies, le PNR a également apporté une contribution financière pour l'achat de matériel ainsi qu'un soutien technique d'agents de terrain pour la récolte des données.

La quatrième étape est liée aux porte-parole et renvoie à la capacité des partenaires à représenter une communauté plus grande. « Elle permet aussi la fabrication d'arènes de légitimité dans lesquelles les partenaires peuvent faire valoir les résultats et leur implication » (Audoux et Gillet, 2011, p. 9). Dans le cadre du programme de recherche sur les sports de nature et la faune sauvage, cette étape a consisté en une diffusion des résultats de la recherche notamment lors du comité de pilotage de la campagne « respecter, c'est protéger » qui promeut un comportement respectueux du milieu naturel de la part des adeptes des sports de nature. Cette présentation a permis d'ouvrir le débat entre représentants des fédérations sportives et représentants d'association de préservation de l'environnement sur les questions de dérangement de la faune par exemple. De la même manière, une présentation a eu lieu lors d'un séminaire « Promenade et randonnée » dans la perspective de la mise en place d'un schéma de cohérence des activités itinérantes sur le territoire du Parc. Dans le cadre de l'atelier « multi-usages et impacts », une présentation des résultats a ainsi été faite par les chercheurs à la demande des gestionnaires afin de faire prendre conscience aux acteurs de la randonnée des enjeux environnementaux du territoire.

Tout au long du processus, Audoux et Gillet (2011) montrent qu'acteurs et chercheurs confrontent leurs savoirs, ce qui peut parfois aboutir à un « véritable conflit épistémique ». En effet, deux référentiels peuvent se heurter dans le cadre de recherches partenariales : celui de la mesure, associée aux pratiques scientifiques ; et celui de l'action et du vécu, issus

de pratiques de terrain. Dans le cadre du programme de recherche interdisciplinaire, les gestionnaires du PNRMB étaient demandeurs de données quantifiées sur la fréquentation du territoire ; mais également de données qualitatives sur les motifs de pratiques des usagers. Ceci leur était nécessaire afin de mesurer leur connaissance et le respect des campagnes de sensibilisation mises en œuvre. Il n'y a pas eu de contestation vis-à-vis des données fournies par les chercheurs et la confrontation des savoirs n'a donc pas donné lieu à un conflit épistémique. Au contraire, elle a rendu possible un enrichissement mutuel puisque « chacun [a pu] intégrer de l'autre des connaissances, et par là-même participer à la construction de savoirs mis en commun » (Audoux et Gillet, 2011, p. 10), comme ce fut le cas pour la construction du questionnaire (cf. *infra*).

Nous allons désormais nous intéresser aux protocoles de recherche mis en place au cours de l'été 2014, à la fois lors de l'enquête sur les clientèles du massif et de celle sur les pratiques récréatives.

Les différents types d'observation mobilisés

L'enquête commanditée par le PNR repose sur une enquête quantitative par questionnaires. Celle sur les activités récréatives couple des outils quantitatifs (enquête par questionnaire), qualitatifs (entretien semi-directifs), et la production de données spatialisées obtenues par observations directes et indirectes.

Les enquêtes par questionnaire

L'enquête par questionnaire commanditée par le PNR a pour objectif de mieux connaître les visiteurs du massif, leur profil, leurs attentes et leurs motifs de satisfaction ou d'insatisfaction vis-à-vis de l'offre touristique du territoire. Il s'agit également de mieux cerner leurs comportements : récurrences des séjours, fidélité, dépenses sur le territoire. L'objectif est de comprendre quels sont les points forts et les points faibles de l'offre existante. La méthodologie choisie par le PNR a été une enquête par questionnaire. Pour sa réalisation, le PNR a lancé un appel d'offre qui a été remporté par le bureau d'étude Altimax. Ce bureau d'étude a travaillé avec la chargée de mission « observatoire touristique du Massif des Bauges » pour la construction du questionnaire. Dans l'appel d'offre, il était précisé que ce questionnaire devait reprendre des questions de celui utilisé en 2005 afin de disposer de variables de comparaison.

Le questionnaire débutait par une partie commune à tous les clients avec des questions sur leur comportement lors de la sortie (activités, restauration, achat de produits du terroir...), sur leurs motivations liées à leur présence dans le massif des Bauges et sur leur satisfaction.

Dans un deuxième temps, des questions spécifiques étaient posées en fonction du type de visite, ce qui permettait de distinguer les touristes des excursionnistes. La dernière partie, de nouveau commune apportait des indications sur le profil de la personne interrogée par le biais de variables socio-démographiques.

Trois modes de passation ont été utilisés :

- une enquête en face à face sur 14 sites touristiques du territoire, au cours de 27 journées, entre le 12 juillet et le 20 août (504 questionnaires administrés) ;
- une enquête en ligne après la saison touristique, du 30 août au 20 septembre (244 questionnaires) ;
- une enquête auto-administrée, avec une mise à disposition de questionnaires sur les sites touristiques, les maisons du parc et chez des hébergeurs (90 questionnaires)

Les données récoltées permettent d'avoir des données socio-démographiques sur l'ensemble des clientèles qui fréquentent le massif des Bauges, mais également de comparer les comportements des touristes et des excursionnistes. L'ensemble de la clientèle compte autant d'hommes que de femmes, avec une moyenne d'âge de 48 ans. 85 % des personnes vivent en couple, avec ou sans enfants. Un tiers des personnes de l'échantillon sont cadres ou de profession intellectuelle supérieure. 90 % résident en France, dont 58 % en Rhône Alpes. 59 % sont des touristes et 41 % des excursionnistes. Le but de la visite est majoritairement la promenade de moins de deux heures et la visite du patrimoine. Les résultats mettent en évidence des différences significatives entre les touristes et les excursionnistes. Ainsi, les retraités et les personnes vivant seules sont sur-représentées parmi les excursionnistes. Les touristes sont davantage en famille, alors que les excursionnistes sont seul(e)s ou entre amis. Pour les premiers, les principales raisons qui les incitent à venir dans les Bauges sont la présence d'amis ou de membres de la famille et les sites de baignade. Pour les deuxièmes, il s'agit de la proximité du domicile et de la possibilité de pratiquer des sports de nature. Touristes et excursionnistes sont fidèles. 59 % des premiers sont déjà venus dans les Bauges lors d'un précédent séjour et la même proportion d'excursionnistes y viennent plus d'une fois par mois.

La comparaison avec les données d'enquête de 2005 permet également d'observer des tendances d'évolution comme par exemple le raccourcissement de la durée des séjours, inférieurs à une semaine pour 57 % des touristes. On constate également une plus faible proportion de primo-venant (40 % contre 50 % en 2005) et davantage de personnes qui envisagent de revenir dans les Bauges dans les trois prochaines années (91 % contre 70 % en 2005), ce qui montre une satisfaction et une fidélisation de la clientèle touristique.

L'enquête par questionnaire auprès des pratiquants d'activités récréatives visait à établir des profils de pratiquants en fonction de leur pratique de l'activité et de leur perception du milieu naturel et de la faune sauvage. Dans le cadre de cette étude pluridisciplinaire,

les écologues et les gestionnaires du Parc ont participé à l'élaboration du questionnaire aux côtés des chercheurs en Sciences Humaines et Sociales. Il comporte quatre parties : la première pose des questions sur le type d'activité pratiquée (randonnée, trail, VTT) et les modalités de pratique (antériorité, fréquence, niveau, motifs de pratique). La deuxième partie s'intéresse à la perception du milieu naturel par les pratiquants et à leur connaissance des mesures de protection. La troisième partie porte sur la perception et les comportements de pratiquants face à la faune sauvage. Et la dernière partie apporte des indications sur le profil de la personne interrogée par le biais de variables socio-démographiques. Contrairement à celui de l'enquête sur les clientèles, le questionnaire ne comportait pas de partie spécifique en fonction du type de clientèle (touristes ou excursionnistes). Le mode de passation des questionnaires a été en face à face sur deux sites (deux parkings de départ de randonnée) lors de 9 journées entre le 13 juillet et le 21 août. 205 questionnaires ont été récoltés.

Cette enquête par questionnaire permet d'avoir des données socio-démographiques sur les pratiquants, mais également de mettre en évidence les principales modalités de pratique. Dans l'échantillon de personnes interrogées, 60 % sont des hommes et 60 % ont plus de 45 ans. 66 % vivent en couple. Le niveau d'étude est élevé : 57 % possède un niveau Bac+3 alors que 14 % de la population française dispose d'un diplôme supérieur à Bac+2. La majorité (38 %) occupe un emploi de cadres et de professions intellectuelles supérieures. Cette catégorie représente 9,3 % de la population active. L'activité physique majoritairement pratiquée est la randonnée. Seules 14 personnes interrogées pratiquent le trail, dont neuf en compétition. La fréquence de pratique est faible puisque 43 % des randonneurs pratiquent uniquement pendant les vacances.

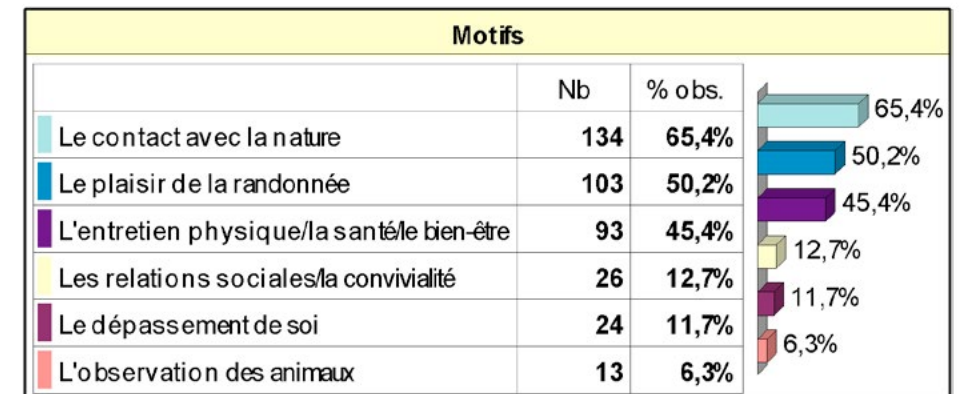


Figure 1 : Motifs de pratique des sports de nature au sein du PNRMB

Le motif de pratique le plus important est le contact avec la nature (choisi par 65 % des répondants), puis le plaisir de la randonnée (50%) et l'entretien physique (45 %). Seulement 13 % des répondants ont choisi l'item « relations sociales et convivialité », alors que 70 % pratiquent en famille et/ou avec des amis. Le dépassement de soi n'apparaît

pas non plus comme un motif important.

Cette enquête nous renseigne également sur la perception du milieu montagnard et de la faune sauvage, à la fois grâce aux données quantitatives par questionnaires et qualitatives par le biais d'entretiens semi-directifs. Pour les pratiquants, le milieu montagnard est d'abord considéré comme un lieu de ressourcement et de contemplation. 90,7 % des répondants affirment que ce milieu doit être préservé ; mais ils sont également 59,6 % à vouloir le découvrir et le parcourir. On retrouve ici la contradiction relevée par Kalaora (2001) entre la recherche du naturel et du sauvage et la volonté de découvrir, de voir et d'avoir accès à cette nature. Plus particulièrement, le Massif des Bauges est perçu comme un lieu sauvage, préservé et authentique. Il apparaît comme moins fréquenté que d'autres massifs et la tranquillité en est une caractéristique. La beauté des paysages est également mise en avant par les pratiquants : « *Nous venons souvent dans le massif des Bauges pour sa tranquillité et ses superbes paysages* »¹⁶. C'est aussi un massif qui est apprécié car il est possible d'y observer de la faune sauvage. Si l'observation d'animaux ne constitue pas la principale raison de la pratique de la randonnée dans les Bauges, la rencontre avec un animal ne laisse pas indifférent les pratiquants : « *Voir des animaux dans leur milieu naturel me paraît extraordinaire.* »¹⁷ « *Bien que j'en ai vu des centaines de fois je trouve qu'on ne se lasse pas de les voir, si tranquilles, si bien dans leur milieu. Je trouve que c'est vraiment plaisant.* »¹⁸

La production de données spatialisées

Pour obtenir des données spatialisées sur la mobilité des pratiquants d'activités récréatives, deux méthodes d'observation ont été utilisées : l'observation directe et indirecte (Chanteloup et al., 2016).

Les observations directes ont été mises en œuvre afin d'analyser la spatialisation des visiteurs et aboutir à l'élaboration d'une carte dynamique dans le temps de l'utilisation du milieu naturel par les touristes. La méthodologie mise en place a été inspirée d'une méthode utilisée par les écologues à savoir un protocole d'observation par balayage (« scan sampling », Altman 1974). Une grille d'observation a été construite afin de collecter des informations sur le nombre de groupes présents sur les chemins, la constitution de ces groupes, leur localisation et leur comportement (à l'arrêt, debout ou assis, en train de marcher). Cette grille d'observation a été appliquée de 8 heures du matin à 18 heures pendant dix-sept journées entre la mi-juillet et la mi-août 2014 sous différentes conditions climatiques par deux observateurs principaux et trois observateurs ponctuels.

Ce protocole de recherche présentait plusieurs avantages. Il apportait des informations quantifiées sur la mobilité récréative des touristes, sur les comportements des différents groupes (par exemple individu seul, en groupe familial, en sortie sportive) et permettait

16 Citation extraite du questionnaire

17 Citation extraite du questionnaire

18 Citation d'entretien

d'identifier certains endroits « sensibles » dans le paysage en termes de sortie de sentiers, pause, croisement de groupes, ou probabilité d'interactions entre touristes et animaux. Les observations effectuées constituent une base de données réutilisable dans le cadre de comparaison future sur la fréquentation du site.

L'un des biais de cette méthode est lié à l'effet observateur qui provient des différentes capacités des observateurs à repérer les pratiquants dans le paysage, et à reporter certains de leur comportement. Les résultats ne sont fiables que si cet effet observateur est pris en compte dans l'analyse des données, ce qui nécessite que les observateurs ne soient pas trop nombreux afin que les données collectées soient homogènes.

En complément à cette méthode d'observation directe de la mobilité récréative des touristes, une autre forme d'observation a été utilisée : l'observation indirecte par le biais du GPS. C'est en effet un outil de plus en plus fréquemment utilisé pour comprendre les mobilités touristiques en nature (Hallo et al., 2012). Ainsi, des GPS ont été distribués à des groupes de randonneurs sur un parking situé au départ de randonnées, en ciblant des groupes de caractéristiques diverses (nombre de participants, âge). En raison du nombre limité de GPS dont nous disposions (20 GPS), un seul était distribué par groupe de randonneurs. Le GPS était récupéré en fin de journée au même parking où était alors administré le questionnaire.

Les informations obtenues sur les mobilités récréatives des touristes permettent de préciser les profils de pratiquants, notamment en termes de dénivelés réalisés et de vitesse d'ascension. Elles permettent également de voir les sorties de sentiers et les lieux de pauses. Enfin, ces observations apportent des données géoréférencées permettant de localiser les possibles zones de dérangement et de quantifier par exemple les distances établies entre l'espace utilisé par les touristes et celui utilisé par les animaux sauvages. L'analyse permet alors de repérer les zones d'interactions potentielles, données utiles pour les gestionnaires afin de localiser les espaces sensibles où la faune est sujette au dérangement. Une des limites est « l'effet GPS » qui peut induire un changement de comportement chez l'individu car il se sait « tracé ».

Les divers types d'observation ayant été présentés, il nous semble important de revenir sur les échanges à l'origine de la construction de cette base de données autour des pratiques touristiques. Ces échanges ont été menés entre les différentes équipes de recherche et entre chercheurs et gestionnaires du territoire.

Entrecroiser les regards des acteurs de l'observation

Coordonner les enquêtes pour une meilleure observation des activités touristiques

Dès le stade de la conception des travaux de recherche c'est à dire en amont des enquêtes mêmes, des échanges de mails ont eu lieu pour connaître les finalités et les méthodologies envisagées par chaque équipe. Ce travail de communication a permis aux différents acteurs de se connaître, d'identifier le cadre de travail de chacun, les finalités propres et les points de convergences qui pouvaient apparaître entre les différentes recherches.

Deux réunions ont alors été organisées pour discuter des questionnaires développés par chacun et voir comment pouvait s'agencer leurs complémentarités. Certaines questions ont donc été reformulées ou ajoutées. Ainsi, dans le questionnaire sur les pratiques récréatives, la question « *Pourquoi êtes-vous venu dans le massif des Bauges aujourd'hui ?* » a été ajoutée. De plus, pour la question concernant l'âge, si au départ une question fermée avec des catégories d'âge avait été envisagée, cette question a été reformulée pour demander la date de naissance des répondants. Cela permet de définir a posteriori des catégories qui soient les mêmes que celles de l'enquête sur les clientèles touristiques.

Une coordination a également eu lieu sur les dates de passation des questionnaires pour éviter que deux enquêteurs ne se trouvent sur le même lieu le même jour. Ceci a été facilité par le fait que l'enquête auprès de la clientèle commanditée par le Parc ne prévoyait que deux jours de récolte des données sur l'un des deux parkings retenus pour l'enquête sur les pratiques récréatives. Sur ces deux jours-là, l'enquête sur les pratiques récréatives a été programmée sur le deuxième parking.

A la suite des deux enquêtes, il était prévu une transmission réciproque des résultats. C'est à ce moment-là que sont apparues clairement les différences dans la temporalité des traitements des données. En effet, si le cabinet retenu par le PNR du Massif des Bauges devait respecter les délais avec un rendu fin novembre 2014, la phase de traitement des données de l'enquête sur les activités récréatives a été beaucoup plus longue. Ceci s'explique notamment par l'ampleur du programme de recherche mené sur les sports de nature et ses rapports à la faune sauvage. Ce programme repose sur différentes campagnes de collecte de données et s'organisent sur différentes saisons (estivales, automnales et hivernales). Le fait que les chercheurs soient impliqués dans d'autres projets de recherche et des activités d'enseignement a également retardé l'analyse des résultats. Ainsi, il apparaît que le temps de la recherche n'est pas celui de l'action portée par les gestionnaires de terrain. Il existe souvent un décalage entre la formalisation de la pensée scientifique qui se traduit par la production d'articles et les retours qu'attendent les gestionnaires. Ce décalage peut en partie être compensé par la présentation des premiers résultats bruts des enquêtes. Celle-ci s'avère souvent constructive sur le plan de la co-construction des connaissances car des pistes d'analyses peuvent apparaître pour le traitement des données et la finalisation du projet.

Des enquêtes complémentaires

L'analyse des données des deux enquêtes étant désormais terminée, le croisement des résultats laisse entrevoir des comparaisons intéressantes.

Concernant les caractéristiques de l'échantillon, la proportion d'hommes est plus élevée parmi les pratiquants d'activités récréatives. Si la moyenne d'âge est de 48 ans pour les deux enquêtes, la répartition des individus dans les catégories d'âge n'est pas la même. Par exemple, la proportion de moins de 26 ans est trois fois plus importante parmi les pratiquants d'activités sportives. La proportion d'excursionnistes est également plus importante chez ces pratiquants. Cela peut en partie s'expliquer par les dates de passation du questionnaire sur les activités récréatives. En effet, en raison du mauvais temps, des journées d'observation prévues au mois de juillet ont été reportées après le 15 août, période où la fréquentation touristique du massif est moins importante.

Par ailleurs, il apparaît que pour être comparables, certaines données d'un des deux questionnaires demanderaient à être recodées. C'est le cas pour les questions s'intéressant à la composition de la famille. Dans l'enquête sur les pratiques récréatives, deux questions étaient posées : elles concernaient respectivement la situation matrimoniale et le nombre d'enfants. Dans l'enquête touristique, une seule question regroupait ces deux critères, les items de réponses étant : (1) Seul sans enfant ; (2) Seul avec un ou des enfants ; (3) En couple sans enfant ; (4) En couple avec un ou des enfants

Les données d'enquête sont par ailleurs complémentaires. Par exemple, l'enquête sur les clientèles touristiques renseigne sur les activités. Ainsi, la ballade et la randonnée sont les activités les plus pratiquées par les touristes et les excursionnistes. La ballade arrive en tête chez les touristes (65 % la pratique), et la randonnée chez les excursionnistes (66 % la pratique). L'enquête sur les pratiques récréatives permet alors de détailler les modalités de pratique de cette activité (antériorité dans la pratique, fréquence, niveau, motifs, engagement dans la compétition... Cf. II.1). De même l'enquête sur les clientèles permet de connaître les raisons de la venue dans le massif des Bauges des touristes et des excursionnistes. Pour ces publics, l'environnement naturel (choisi par 75 % des répondants) et le calme et la tranquillité (choisi par 50 des répondants) sont les deux premiers motifs de venue. La proximité est ensuite le troisième motif pour les excursionnistes (46 %), avant la pratique de sports de nature (42 %). L'enquête sur les pratiques récréatives permet de faire un focus sur les randonneurs. Pour eux, la proximité (51 %) arrive en tête des motifs, juste devant la beauté des paysages (49 %). Le motif « pratique d'activités sportives de nature » n'est choisi que par 18 % des répondants. Mis en commun, les résultats des deux enquêtes permettent ainsi d'établir un état des lieux des activités touristiques du massif avec une banque de données très précise sur la pratique de la randonnée dans le secteur des Hautes Bauges.

Conclusion

La recherche partenariale entre chercheurs et gestionnaires d'espaces protégés est une démarche qui permet de mutualiser des données afin de mieux comprendre les pratiques et attentes des visiteurs d'un territoire. C'est un processus long qui demande d'accorder des intérêts parfois divergents. Il nécessite également un travail de coordination des acteurs fonctionnant selon des temporalités propres. Cependant, il aboutit à un approfondissement des analyses et un enrichissement des participants et des enquêtes. L'observation des activités touristiques et excursionnistes sur un territoire devient alors plus complète et précise, constituant une base de données réutilisable dans le cadre d'un observatoire du tourisme pour des comparaisons futures.

Bibliographie

ALTMANN Jeanne, « Observational study of behavior: sampling methods », *Behaviour*, Vol. 49, n° 3/4, 1974, p. 227-267.

AUDOUX Christine et GILLET Anne, « Recherche partenariale et co-construction de savoirs entre chercheurs et acteurs : l'épreuve de la traduction », *Revue Interventions économiques* [En ligne], n°43, 2011, URL : <http://interventionseconomiques.revues.org/1347>

CALLON Michel, « Éléments pour une sociologie de la traduction, La domestication des coquilles Saint-Jacques et les des marins-pêcheurs dans la baie de Saint-Brieuc », *L'année sociologique*, n°36, 1986, pp. 169-208.

CHANTELOUP Laine, PERRIN-MALTERRE Clémence, DUPARC Antoine, LOISON Anne, « Construire l'interdisciplinarité dans les recherches sur l'environnement : la mise en œuvre du programme de recherche « sports de nature et faune sauvage », *Sciences de la société*, 2015, sous presse.

CHANTELOUP Laine, PERRIN-MALTERRE Clémence, DUPARC Antoine, LOISON Anne, « Quels points de vue sur les espaces partagés entre humains et animaux sauvages ? », *Espaces et sociétés*, n°164-165, 2016, sous presse.

CORNELOUP Jean, « Les cultures sportives de la montagne d'aujourd'hui et de demain », in Frédéric BARTCZAK et Johann RAGE (dir.), *Les Pyrénées entre deux mondes*, Perpignan, Presses universitaires de Perpignan, 2003, p.133-158.

HALO Jeffrey C., BEECO Adam, GOETCHEU Cari, MC GEE John, MC GEHEE Nancy Gard et

NORMAN William C., « GPS as a method for assessing spatial and temporal use distributions of nature-based tourists », *Journal of travel research*, n°51, 2012, p. 591-606.

KALAORA Bernard, « A la conquête de la pleine nature », *Ethnologie française*, vol. 31, n°4, 2001, pp. 591-597.

LATOUR Bruno, *La science en action. Introduction à la sociologie des sciences*. Paris, La Découverte, 2005.

LIU Michel, *Fondements et pratiques de la recherche-action*. Paris, l'Harmattan, 1997.

REASON Peter et BRADBURY Hillary, *Handbook of action research: Participative Inquiry and Practice*, Sage Publications, 2001.

La dramaturgie des émotions et l'expérience touristique : à propos de l'observation ethnographique dans la scénographie des sites touristiques

Cherubini Bernard, Chercheur en ethnologie et en anthropologie sociale et culturelle

Centre Montesquieu de Recherche Politique (CMRP) Université de Bordeaux

Résumé

Un programme de recherche en cours sur le tourisme de culture et de nature, conduit dans une approche comparative à partir de l'Aquitaine, nous amène à nous interroger sur la pertinence d'une ethnographie multi-site, réalisée à partir des méthodes classiques de d'observation participante, et des entretiens semidirectifs, sur des lieux de rencontre entre touristes et professionnels du tourisme, guides et animateurs de sites, gestionnaires du patrimoine culturel et naturel. La dimension synchronique de l'observation est captée à travers l'expérience touristique dans le temps présent sur des lieux inscrits dans des circuits qui prennent appui sur une identité locale forte à faire partager par les interlocuteurs relevant du tourisme international ou du tourisme domestique. Les émotions générées, suscitées, produites par cette rencontre avec des gens, des lieux, des histoires, des paysages, des produits de terroir, constituent le support de cette analyse des scènes touristiques observées sur des territoires très variés (La Réunion, la Guyane française, l'Acadie, le Québec, l'Aquitaine). Le vécu émotionnel de la fréquentation des sites vient renforcer les choix de pratiques touristiques, donc la diversité de l'offre touristique, et l'attraction pour certaines représentations et exhibitions de la nature et du patrimoine culture.

Mots-clés : expérience touristique, identités locales, ethnographie multi-site, tourisme domestique, émotions

Introduction

L'anthropologie du tourisme se construit sur la nécessité de distinguer son regard scientifique sur des faits ethnologiques du regard du voyageur, du touriste sur ces mêmes faits ethnologiques : des manières de faire, de manger, prier, habiter, naître ou mourir, se marier, fêter, célébrer, échanger, travailler, etc. De plus, l'anthropologue ne peut prétendre à contourner ses propres émotions dans ce qui est la construction de soi, ses préjugés culturels, ses engagements personnels (Crapanzano, 1994). Ce débat n'est en rien novateur à l'intérieur de la discipline ethnologique ou anthropologique, encore moins au sein des études sur les phénomènes touristiques. La proximité entre l'expérience touristique et l'expérience religieuse, avec le pèlerinage et avec la dévotion, les rituels associés aux cycles de vie économiques, agraires saisonniers, brouillent considérablement le projet de description de la théâtralisation des émotions sur un site touristique. Pourquoi l'aborder à nouveau, qui plus est avec une ambition assez réduite : introduire une approche en cours de réflexion sur la pertinence de se lancer dans une ethnographie multi-site (Marcus, 1998 ; Falzon, 2009) sur des espaces locaux et régionaux marqués par des produits de terroirs, des sites culturels ou naturels, une volonté de créer un lien avec un territoire et/ou une identité régionale ou locale spécifique ?

Ce questionnement est en premier lieu celui des chercheur(e)s d'une équipe en train d'investir de nouveaux terrains d'enquête depuis quelques mois seulement, en Aquitaine, à la Réunion et dans des régions transfrontalières. Nos recherches antérieures au Canada nous ont convaincu, comme le fait remarquer avec justesse Vincent Crapanzano (1994 : 117), qu'une anthropologie faite par les Européens sur les émotions (européennes) doit prendre conscience de son enracinement afin de pouvoir prendre de la distance par rapport aux assertions psychologiques et philosophiques, tandis qu'une anthropologie américaine des émotions est beaucoup plus préoccupée par les relations entre les émotions et le *self*. La dimension politique de tout discours émotif doit être aussi analysée à partir de ces différences notoires, en prenant conscience de la difficulté à isoler l'émotion de son contexte social en la cantonnant dans l'individu.

Comment analyser l'expérience touristique vécue sur ces différents terrains et quelles leçons en tirer pour la construction identitaire des lieux partagés par des sujets locaux qui ont décidé de s'unir pour mettre en lumière leurs points d'ancrage sur un territoire partagé par des acteurs économiques, des touristes de passage ou de villégiature ? Quelles informations supplémentaires peuvent apporter ces analyses à la compréhension des identités locales et régionales dans un contexte étatique ou supra-étatique, supra régional ou supra national ?

L'émotion qui doit envahir le regard du touriste est-elle au cœur de la scénographie des sites touristiques, abordés individuellement ou en relation avec d'autres sites ou événements inscrits dans des circuits, sur des territoires, etc. ? Les exemples pris ici sont représentatifs de la démarche d'enquête que nous essayons de développer autour de la mise en scène

des symboles d'une appartenance à une société locale. Nous partons d'une description ethnographique des lieux, des décors, des événements, des performances artistiques, des interactions entre publics et organisateurs, entre acteurs économiques et visiteurs, pour introduire une analyse des phénomènes touristiques qui se développent sur des territoires appropriés par des sujets locaux, par des populations locales qui ont en commun une connaissance intime des relations entre la culture locale et l'organisation communautaire. C'est l'attachement à des valeurs fondamentales pour le fonctionnement de ces sociétés locales de type communautaire qui guide les choix de mise en scène iconographique, des textes conçus pour stimuler l'émotion de la participation à des événements locaux ou de la visite des sites emblématiques de la culture locale. Nous illustrerons le propos théorique à partir de l'analyse que nous pouvons faire de nos principaux travaux d'ethnographie de la commémoration des ancêtres au Québec, en Acadie et France métropolitaine (Cherubini, 1997, 2005, 2010).

De l'émotion à l'émotion du touriste

Selon David Le Breton (1996 : 136), « les émotions qui nous traversent, et la manière dont elles retentissent en nous, s'alimentent à des normes collectives implicites, ou plutôt à des orientations de comportements que chacun exprime selon son style, selon son appropriation personnelle de la culture et des valeurs qui le baigne. Ce sont des formes organisées de l'existence, identifiables au sein d'un même groupe puisqu'elles relèvent d'une symbolique sociale, mais elles se traduisent selon les circonstances et selon les singularités individuelles en présence. Leur émergence est liée à l'interprétation propre que donne l'individu d'un événement qui l'affecte moralement et modifie de façon provisoire ou durable, pour des années ou quelques secondes, son rapport au monde ». L'émotion ressentie face à un paysage observé depuis un « point de vue » aménagé comme lieu d'accueil pour des touristes de passages, en bord de route par exemple, ou bien depuis des sites d'observation aménagés dans des parcs ou des zones contrôlées par des gestionnaires de l'environnement (Conservatoire du littoral, réserves naturelles, etc.) nous rapproche à la fois de l'immensité de la nature, de sa grande diversité et de sa fragilité.

« D'une certaine manière, l'émotion est soufflée par le groupe qui attache une importance particulière à certains faits » (Le Breton, 1996 : 137). C'est ainsi que des petites communes qui ne comptaient pas de morts tombés au champ d'honneur durant la Première ou la Seconde Guerre Mondiale ont tenu malgré cela à édifier un monument aux morts pour répondre à l'émotion suscitée par le sacrifice de leurs ancêtres et rendre hommage à toutes les victimes de ces différents conflits. L'émotion patrimoniale peut être ainsi activée par le bas, par les habitants qui souhaitent offrir une trace bien visible et souvent monumentale de leur identité aux visiteurs de passage, dans « l'ici et maintenant » de l'interaction au

quotidien mais aussi à des générations futures. Mais cette émotion peut être aussi activée par le haut, voire aussi animée par le haut, comme les travaux récemment publiés sous la direction de Daniel Fabre (2013) nous le montrent, à l'échelle de la nation qui demeure le fondement politique et la source de toute mise en valeur culturelle. Le visiteur qui parcourt les lieux marqués par la présence des héros de la découverte du Québec ou de la colonisation, au gré des plaques commémoratives ou des statues, comme celles de Champlain, dans la ville de Québec ou ailleurs, n'est pas traversé par les mêmes émotions s'il est québécois ou non québécois. Les émotions peuvent bien entendu être activées par le haut et par le bas lorsqu'il est question de nationalisme et de localisme dans le rapport qui s'instaure entre une œuvre d'art, un fait historique, un pan de l'héroïsme national ou local qui est signalé au cours d'une visite touristique.

Comme le constate parfaitement Pierre Sansot (1986) : le sensible c'est souvent la « conjonction du sens et des sens ». Un groupe homogène de touristes, selon la nationalité, l'âge ou le sexe, en déplacement sur un itinéraire de type patrimonial, vivra probablement ses émotions sur un mode différent de celui d'un groupe hétérogène (plusieurs nationalités, jeunes et plus âgés, etc.). La découverte d'un lieu qui évoque un rapport sensible au passé, mais aussi la nième visite sur ce même lieu d'un touriste, plus sensible qu'un autre à ces émotions historiques et patrimoniales, doit être abordée comme « un langage social » (Fernandez, Léger et Marche, 2013) à recueillir, à décrire et à analyser, qui illustre une expression de l'appartenance à une culture locale ou nationale, régionale ou plus cosmopolite. Quels types de citoyens s'expriment à travers un vécu de leurs émotions lors d'une expérience touristique ?

Nous avons fait de ce questionnement une voie privilégiée pour développer une anthropologie du tourisme qui se focalise sur certains événements, manifestations, voire festivals ou expositions muséographiques, qui sont de véritables « organisateurs de citoyenneté » (Schwimmer, 1994), dans un contexte de nationalisme ou de localisme. Le problème de la description de ces événements se pose inévitablement : de l'ethnographie située ou multi-située, de la dramaturgie à « l'hallucination symbolique » (Duvignaud, 1973), aux mises en scènes iconographiques en sémiotique de la culture (Lotman, 1986), en passant par l'observation participante la plus ordinaire de l'ethnologie la plus conventionnelle, soumise à la réflexivité et à l'interprétation (Clifford et Marcus, 1986 ; Geertz, 1988). L'émotion dans un tel contexte va se structurer autour de ce qu'Alain Girard (2001) appelle « l'état de disponibilité » du touriste qui le fait sortir de ses états habituels, du temps comptable de sa vie ordinaire, pour aller vers l'imagination, vers un autre régime de temporalité : « Là, j'ai le temps », « je suis en voyage, je suis disponible ». Le voyage organisé est alors la possibilité de sortir totalement de la contrainte de gestion d'un emploi du temps à organiser pour son voyage et donc être plus disponible pour apprécier les paysages, la rencontre avec l'Autre, la rencontre avec l'histoire, avec son histoire culturelle, avec des fondements idéologiques d'une culture locale, régionale ou nationale.

L'émotion peut être partagée, parce que l'on est plus disponible pour le partage. En « régime

de partage » (Girard, 2001), on peut vivre des émotions collectives, que ce soit en famille, en groupe lors d'un voyage organisé, en transcendance avec plusieurs générations qui accompagnent votre existence. C'est le cas des voyages de membres d'une association de familles-souches québécoises ou acadiennes, que nous avons pu suivre et ethnographier, depuis plusieurs années (Cherubini, 2005). La famille-souche des généalogistes est une « invention généalogique », qui vous fait voyager avec vos « ancêtres dans la tête » (Caron, 2006 : 202). : « La logique héréditaire » fait que les Acadiens, en tant que descendants des premières familles pionnières de l'Acadie arrivées dans les actuelles Provinces maritimes du Canada au 17^e siècle, « sont nécessairement ce qu'étaient leurs ancêtres puisque ces derniers vivent en eux ». Dès lors, l'émotion peut être à son paroxysme lorsque l'on écoute le discours d'un président d'association de famille-souche évoquer l'héroïsme de l'ancêtre pionnier qui a bâti, à l'endroit où l'on se réunit, la première maison de sa famille (le premier « établissement » dans le langage de l'époque) sur ce qui est désormais vénéré par l'assistance composée des membres adhérents de cette association, comme « la terre des ancêtres », mais qui a aussi et surtout fondé une famille-souche, avec une descendance qui se réunit désormais dans une composition de plus en plus élargie, au gré des découvertes généalogiques de nouvelles unions, branches et ascendants dans des registres de baptêmes ou de mariage non encore exploités. Mais l'émotion sera ensuite décuplée, voire amplifiée, lorsque des organisateurs de voyages touristiques vous invitent à prendre part à des commémorations sur la terre d'origine de ces pionniers en France ou ailleurs en Europe, dans des paroisses où ils sont nés, où ils ont été baptisés, dans des ports où ils se sont embarqués et parfois mariés avant leur départ pour la Nouvelle-France.

L'émotion peut alors être canalisée autour de l'annonce et de l'organisation d'un événement spécial comme la pose d'une plaque commémorative sur un mur, l'inauguration d'un monument, en l'honneur de l'ancêtre fondateur de votre lignée parti pour la Nouvelle-France. Le voyage est donc préparé dans la tête avec tous les ancêtres réunis et dans l'attente d'une émotion partagée avec les autres membres de votre association de famille-souche qui vont faire le pèlerinage avec vous, tout au long d'un circuit qui va vous faire croiser des lieux plus ou moins connus et du reste reconnus comme ayant marqué l'histoire du peuplement de la Nouvelle-France par des ancêtres connus ou inconnus, seigneurs, militaires ou simples laboureurs, simples pêcheurs ou artisans. On entre ici dans l'imaginaire de la relation, du voyage, de la rencontre avec des lieux et des personnages qui peuvent être familiers à ceux qui ont cette connaissance du niveau local, du vécu intime avec ces ancêtres reconnus et honorés en plusieurs lieux et à plusieurs moments du cycle annuel ou pluriannuel (rassemblement des associations de familles-souches, anniversaires de paroisses, etc.).

L'émotion préparée et organisée

On se projette nécessairement sur ces lieux de visite, sur ces conditions de séjour, sur ces rencontres à venir, par l'intermédiaire d'images, dans une relation imaginée au monde que l'on transforme pour l'occasion à son profit, suivant son désir de dépaysement et de rencontre, de l'exotisme à la familiarité avec une terre connue et intimement associée à son être, en tant qu'acteur, touriste, voyageur. Marc Augé (1997) a déjà attiré notre attention sur cette caractéristique du tourisme qui transforme le monde en images : en images que l'on s'attend, à voir, à retrouver, un « univers d'apparences », de fiction, qui présente l'avantage de prendre de la distance avec la réalité quotidienne. Sa démonstration prend appui notamment sur les centres de vacances qui recréent un exotisme attendu, articulé sur des images préconçues. Ici l'image d'une famille unie, rassemblée, autour d'un programme dense en repas de familles, en retrouvailles inattendues et totalement festives, tranche nécessairement avec le quotidien des familles ordinaires, désunies, qui ne trouvent plus de plaisir à se rassembler en dehors des dates incontournables pour maintenir un minimum de lien social et filial, avec toujours les mêmes parents, ascendants et descendants, qui manquent parfois de moyens pour servir un repas familial, plus ou moins gastronomique, à l'image des réunions de famille dans les générations précédentes, survivances d'un mode de vie rural en tout point menacé de disparition et à terme d'oubli.

L'émotion du touriste voyageur est à la fois une émotion physique, physiologique, et une émotion subjective qui renvoie à un vécu émotionnel collectif dans un monde qui est familier, proche, partagé par d'autres sujets locaux, jusqu'au déplacement vers un monde inconnu, moins familier, même si ces voyages sont de plus en plus préparés et documentés sur de longues périodes, avec des sources d'information de plus en plus aptes à resituer virtuellement ces déplacements au proche de la réalité qui va être vécue durant ces voyages. On sait cependant que certains vont vivre sur le plan émotionnel dans la plus totale indifférence, ce que d'autres vont vivre avec une forte émotion intérieure ou une extériorisation sans limite (Robinson, 2012 : 21). Les groupes de touristes sont souvent marqués par des différences qui se révèlent être très culturelles, sur le plan de l'intimité du vécu des émotions ou du rapport à l'Autre, qui peut se traduire par des postures gestuelles et des formes d'expression très variées.

La scénarisation des sites choisis pour rassembler les touristes et leur offrir une représentation de la culture locale est un champ de recherche en soi qui a déjà donné lieu à plusieurs travaux de recherche en anthropologie du tourisme, notamment au Kenya, en Indonésie, en Europe, en Israël, aux Etats-Unis d'Amérique, en Amérique latine (Bruner, et Geertz, 1986 ; Bruner, 2005 ; Picard et Robinson, 2012). Les danses, les rituels, les combats de coqs, performés pour les touristes à Bali, dans une réserve Masaï ou sur une plage à l'île Maurice, outre le fait qu'il s'agit d'activités entrant directement dans le cadre d'une économie marchande rémunératrice de façon directe ou indirecte, n'ont pas d'autres vocations que de satisfaire une soif d'exotisme, de quête d'authenticité, de rencontre avec

l'Autre et avec sa culture. Le mode d'expression est celui du divertissement destiné à un groupe ethniquement différent, donc extérieur à toute connaissance locale entendue au sens de Lotman (1990) : une codification introduite par des sujets locaux qui produisent leur propre contexte et qui sont produits par ce même contexte. On n'est pas prêt à jouer des relations d'égalité avec des groupes étrangers, surtout lorsqu'on a vécu pendant des siècles sous des logiques de domination coloniales.

L'authenticité recherchée par le touriste est souvent un signe d'arriération, de primitivité, tout ce que le folklore peut encore illustrer en France métropolitaine aux yeux des néo-ruraux et des citadins en vacances. L'ambiguïté du jeu des apparences est alors performé au sein d'un vaste dispositif ethnoscopique (Appadurai, 1996) qui rassemble des décors, des costumes, des acteurs, des comédiens, des spectateurs, des histoires réelles ou imaginées, des trames historiques ou des légendes, une mythologie des origines (Picard, 2011) et des scènes plus ou moins épiques qui relatent la vie héroïque des ancêtres du lieu et des territoires voisins, amis ou ennemis. Le tout se traduit par des visions, des représentations, des paysages culturels imaginaires (*ethnoscapes*) propres à chaque communauté et aboutit à une auto-description très complexe de son identité locale (Cherubini, 1998).

L'émotion de la fiction

« L'univers d'apparences » dans lequel on plonge sans modération peut être ainsi une reconstitution historique, sous forme de pièce de théâtre, de spectacle son et lumière, de batailles entre Amérindiens et pionniers, soldats anglais et français, de beaux mariages entre pionniers et pionnières, des drames de la séparation entre promis et promises à un beau mariage en Poitou ou dans le Loudunais, qui attirent à la fois un tourisme domestique, des spectateurs venus des communes avoisinantes, un tourisme national et international, saisonnier, dans des localités en pointe pour l'accueil des associations de familles-souches et de leurs généalogistes amateurs ou professionnels (Saint-Castin, Escout, dans le Béarn, La Chaussée, Châtelleraut, Archigny dans le Poitou et le Loudunais).

Le traumatisme causé par « le Grand Dérangement » (1749 -1764), la déportation des Acadiens par les vainqueurs britanniques à partir de 1755, puis la perte définitive du Canada en 1763, ont provoqué une coupure durable des liens entre la France et ces familles de colons qui avaient choisi l'immigration sur des terres nouvelles le long du Saint-Laurent ou des deux rives de la Baie française. Plusieurs générations plus tard, le besoin de renouer avec ses origines est devenu prégnant dans de nombreuses communautés formées des descendants de colons qui ont pu échapper à la déportation ou qui sont revenus un peu plus tard en Amérique du Nord. Il s'en suit une véritable « chasse aux ancêtres » à travers les registres de paroisses et les registres d'état civil, dans le pays de ces ancêtres (« le pays de notre ancêtre ») qui devient un lieu de pèlerinage : « le lieu de rassemblement préféré

pour faire revivre des souvenirs et parler des gens qui font partie de notre grande famille » (Cherubini, 1997)¹⁹. On ne peut en effet comprendre la dynamique qui se met en place en France autour de la mémoire généalogique transatlantique sans une analyse approfondie des événements culturels et touristiques qui gravitent autour de la « chasse aux ancêtres », réactivée plus intensément par les facilités du travail numérique des généalogistes depuis quelques années, en Europe et en Amérique du Nord.

On retrouve ici des espaces muséographiques, mais pas essentiellement, dont la liste ne fait que s'allonger : par exemple, la Maison de l'Acadie à La Chaussée, déjà citée, la Ferme n°10 à Archigny, le Musée de la Citadelle de Belle-Ile-en-Mer, la Maison de Champlain à Brouage, etc. On peut y retrouver également des événements comme les rassemblements de familles-souches, marqués par une forte activité généalogique, parfois des inaugurations de monuments, des ouvertures de maisons. Plus récemment, le 13 septembre 2014, la ville de Saint-Denis de Mogue dans les Ardennes a scellé dans ses murs une plaque en l'honneur de Lambert Closse, compagnon de Chomedey de Maisonneuve, fondateur de Montréal.

Sur le plan méthodologique, la globalité d'une programmation d'événements festifs étalés sur une semaine constitue toute une série de textes, d'énoncés de langages, de symboles de l'identité locale suggérés par des icônes, d'histoires de héros fondateurs, d'histoires de voisinages et de territoires, de « présentations » de l'histoire collective, de performances vécues et imaginées, qu'il importe de décrire et d'analyser (Cherubini, 1998). L'outil mobilisé pour cette tâche est emprunté à la sémiotique de la culture de Yuri Lotman (1990) : c'est la codification introduite par les sujets locaux qui nous livre les clés d'interprétation du sens qui est localement donné à ce type de manifestation mais celle-ci n'est analysable qu'à partir d'une description ethnographique complète de ces journées de festivités. On appelle ici « sujets locaux » des acteurs qui font partie d'une communauté localisée de parents, voisins, amis et ennemis (Appadurai, 1996). Ces sujets locaux sont les seuls à posséder une connaissance locale, à pouvoir se servir des signes qui leur permettent de décrire leur identité, leurs identités locales et globales.

Nous partons du principe que s'il y a un codage culturel, il existe une possibilité de décodage, mais dans la mesure où seuls les sujets locaux ont accès à la lecture des signes d'une appartenance locale, parce que justement celle-ci repose sur des savoirs locaux, il est indispensable de partir de données ethnographiques recueillies auprès de ces sujets locaux. Le touriste qui fait du tourisme a une compétence de sujet faisant du tourisme, avec son propre jeu de langage, fondé sur des expériences photographiques, des souvenirs, etc. Un même texte est alors proposé en différents lieux de visite qu'il s'agit de décoder en fonction des choix de mise en scène qui sont proposés : à travers des reconstitutions annoncées comme authentiques, des lieux de commémoration où tout semble suggéré

19 Extraits d'entretiens et de bulletins d'associations de familles-souches collectés sur l'île d'Orléans, au Québec, en août 1995.

par des choix esthétiques et iconographiques, des performances artistiques basées sur l'oralité, les décors, sur le sentiment d'appartenance à une culture commune et partagée d'une génération à l'autre.

L'ethnologie multi-site

Laurier Turgeon (2003 : 165) a travaillé dans les années 1990 sur les restaurants étrangers au Québec, partant du constat que la cuisine traditionnelle déclinait au profit de la restauration rapide et la cuisine étrangère, d'une consommation métissée d'aliments associés à un autre groupe que le sien (cuisine mexicaine, italienne, etc.). Plutôt que d'effectuer une enquête approfondie sur un site donné (région, groupe ethnique, type de cuisine), contextualisé dans un cadre social plus large, il a privilégié ce que Georges Marcus (1998 : 79-104) a appelé « une ethnographie multi-site » : l'observation et la prise en compte de plusieurs sites, leur comparaison et leur traduction, l'étude des différents niveaux d'interaction, l'examen des trajectoires mouvantes des gens, des récits et des objets. L'objectif n'est pas de fournir une représentation holistique ou de dresser un portrait du système planétaire dans sa totalité, mais plutôt de cartographier des sites où les mécanismes de la mondialisation s'expriment localement dans les pratiques culturelles de la vie quotidienne.

Cette perspective intéresse en premier chef l'anthropologie du tourisme car beaucoup de circuits touristiques sont construits sur des sites privilégiés, choisis pour valoriser une cuisine gastronomique authentique, une cuisine de pays (lieux de restauration, d'exposition des richesses culinaires du terroir, de vente de produits locaux de type agro-alimentaires et artisanaux, fermes auberges, etc.), tandis que le touriste s'arrête de son côté à certaines heures de la journée pour prendre un repas, pas toujours représentatif de la cuisine locale que l'on cherche à mettre en valeur sur ces différents circuits. L'intégration de plats « étrangers » dans les menus de restauration rapide, brasseries, cafétérias en tous genres, supplante le plus souvent la volonté d'offrir à ce visiteur de passage une « assiette de pays », comme par exemple dans les Landes, où le label du même nom a bien du mal à s'imposer dans l'esprit des consommateurs, et du reste de quelques restaurateurs, pourtant membres de ce réseau.

Les « Acadiens des Maritimes » vivent leur identité de façon tout à fait différente de la Gaspésie, au Québec, au sud de la Nouvelle-Ecosse, en passant par le Nouveau-Brunswick et l'Ile-du-Prince-Edouard, Terre-Neuve ou encore les Iles de la Madeleine. L'Acadie française a disparu des cartes officielles en 1763, pour laisser la place à une Acadie longtemps silencieuse, avant que ne se reforment des mouvements visant à promouvoir une identité acadienne, sur le plan culturel, politique, économique. La mise en place de structures touristiques du type « villages acadiens », « musées acadiens », aux côtés de structures muséographiques gérées par les Parc nationaux et Lieux historiques

nationaux, l'organisation de « festivals acadiens » (Bonaventure, Clare, l'Escaouette à Cheticamp, etc.), constituent autant de formes d'expression de cette identité acadienne, de mobilisation de ressources symboliques qu'il est intéressant d'analyser sous l'angle d'une approche anthropologique de la construction identitaire qui emprunterait à la fois à l'anthropologie du tourisme, à l'anthropologie symbolique, à l'anthropologie de la petite communauté locale (Cherubini, 1996, 2005, 2010)

En prenant quelques lieux emblématiques de l'Acadie contemporaine (le Baie des Chaleurs, la Baie Sainte-Marie, la Péninsule Acadienne, Bonaventure, Bouctouche, Caraquet, etc.) et nous appuyant sur les recherches que nous avons conduites sur les espaces muséographiques, les festivals, les rassemblements de familles-souches, nous avons précédemment tenté resituer les enjeux essentiels de mise en tourisme des espaces patrimoniaux (historique, ethnologiques) et les débats qui peuvent animer la recherche anthropologique autour de l'objet « tourisme » : relation entre passé et modernité, entre communauté locale et globalisation, questions de l'authenticité, de la religiosité, de l'affect, du voyage et de la route, de la villégiature et des loisirs, etc. Des chapelets de petits villages le long de la côte qui servent de décor à des festivals locaux (Festival acadien de Clare, en Nouvelle-Ecosse) aux sites concentrant une mise en scène particulière (le Village de la Sagouine à Bouctouche, au Nouveau-Brunswick, par exemple) il nous a paru ainsi possible d'explorer les multiples dimensions de l'ethnicité locale acadienne à travers une série de micro-ethnographies de sites et d'événements touristiques (Cherubini, 1998, 2005).

La fiction quasi-complète que constitue la mise en scène proposée au Village de la Sagouine à Bouctouche de l'histoire du peuple acadien est-elle plus riche en émotion vécue par les touristes que de réelles tentatives de reconstitution des modes de vie acadiens anciens (Village historique acadien de Caraquet au Nouveau-Brunswick, Lieu historique national du Canada de Port-Royal, Lieu historique national du Canada de Grand Pré en Nouvelle-Ecosse) ? L'habitation de Port-Royal que l'on visite actuellement a été construite à la fin des années 1930 : tous les édifices ont été reconstruits exactement comme ils l'étaient en 1605. On y est reçu par des colons français et des militaires en costumes d'époque. Le lieu historique de Grand-Pré est un lieu de commémoration des Acadiens et de la déportation de 1755 : « les Acadiens du monde entier viennent s'y recueillir. Chaque année, des milliers de pèlerins font le détour par Grand-Pré afin de se souvenir d'un événement tragique qui a marqué l'histoire ». C'est un parc de 14 acres, orné de jardins, de monuments, d'un vitrail illustrant la déportation et d'une église. Des guides-interprètes font visiter le site. « C'est le foyer historique le plus important du peuple acadien, il évoque ses heures les plus douloureuses et les plus héroïques ». Il rappelle aux générations actuelles « l'exemple d'un peuple courageux, dont la culture et les actions ne cesseront d'enrichir la nation canadienne ». Cette dernière référence à l'unité du Canada fédéral est sans doute une façon de tourner la page sur tous les drames que les monuments rappellent : une sculpture représentant le désarroi provoqué par la séparation et le déracinement (quatre personnages qui fuient, un père, une mère avec un bébé dans ses bras, une fillette et un jeune garçon), une statue d'Évangéline Bellefontaine, héros d'un poème de Longfellow,

écrivain américain, datant de 1847, séparée à 17 ans de son fiancé Gabriel Lajeunesse, 23 ans, qu'elle recherchera toute sa vie, errant à travers l'Amérique, avant le retrouver mourant, après qu'elle soit devenue religieuse à Philadelphie, pour s'occuper des miséreux. Cette métaphore du drame acadien, histoire tragique, mais fictive, est un « incontournable de la culture acadienne » qui figure dans l'allée centrale du site de Grand-Pré menant à l'église. Un aboiteau qui daterait de 1710-1712 est aussi installé sur le site de Grand-Pré. Il s'agit d'un arbre dans lequel un canal a été creusé, avec un clapet servant à protéger les terres des inondations, qui a été retrouvé intact dans la glaise, 300 ans après.

Le lien entre la culture et l'organisation politique, entre la famille et la structuration de la vie communautaire, est parfaitement perceptible dans cette ethnographie multi-site. L'enjeu de la transmission du patrimoine matériel et immatériel est désormais très bien illustré par les demandes permanentes de cession de vieux bâtiments, de vieux objets, au village historique acadien de Caraquet : l'atmosphère et les modes de vie d'antan recréés sur une trentaine d'hectares est le fruit du regroupement de plusieurs bâtiments datant du 18^e et 19^e siècles (une ferme qui vient de Richibouctou, une tonnellerie qui vient de Tracadie, une forge de Memramcook, etc.). Le touriste est accompagné par professionnels et des figurants recrutés pour l'été (plus de 80 personnes) en costume traditionnel : violoneux, joueurs de « musique à bouche (harmonica) et de « bombarde » (guimbarde), conteurs, etc. On lui annonce un accueil digne de la réputation des Acadiens (« réputés pour leur sens de l'hospitalité et leur fierté à l'égard de leur patrimoine »), une invitation « à partager avec eux leur joie de vivre ». Le village se veut « le reflet d'une civilisation matérielle typiquement acadienne » et l'on peut « traverser un siècle de vie familiale et communautaire », apprécier les habitudes culinaires, écouter l'histoire racontée « plus au naturel », dans cette ambiance de décors authentiques et d'interprétations théâtrales²⁰.

Conclusion

Nous pourrions retrouver les mêmes ingrédients du discours identitaire performés et assemblés dans plusieurs mises en scènes muséographique à Bonaventure en Gaspésie, à Miscouche, sur l'Île-du-Prince-Édouard, à Caraquet, au musée de cire et au village historique acadien, à Restigouche ou à Louisbourg (Cherubini, 2005), la reconstitution du passé, le renouveau, la poussée d'un sentiment national, la supériorité du modèle communautaire local, des familles et des figures mythiques de la communauté vénérées au fil des salles et des panneaux d'exposition. Ces textes forment ce qu'Umberto Eco, (1992) appelle des « blocs macroscopiques de textes », composés de différentes images, tableaux ou fresques de l'histoire locale. Ce sont les différentes ressources symboliques de la communauté locale qui sont proposées à un tourisme domestique, de villégiature,

à un tourisme plus régional et international. Chacun disposant de sa propre trame d'analyse, plus ou moins sous l'emprise des émotions, en maîtrisant plus ou moins les textes fondateurs de ce discours nationaliste et émotionnel, peut alors parcourir ces lieux emblématiques du tourisme acadien national et international. Comment passer ensuite du Canada à la France métropolitaine ?

Inscrire Brouage, Châtellerauld, Archigny, Belle-Ile-en Mer, Saint-Aubin-sur-Mer, Escout, Saint-Castin dans la continuité des circuits touristiques acadiens n'est pas du tout irréal dans la mesure où les associations de familles-souches parcourent déjà ces lieux comme moments de visite sur une terre ancestrale avec émotion, recueillement, mais aussi joie de vivre et esprit festif purement acadien, dans la continuité des visites faites à la parenté en Amérique du Nord. Un nouveau programme d'ethnologie multi-site se dessine alors pour nos équipes déjà à l'œuvre en Aquitaine et en Poitou-Charentes, consolidé par l'intérêt récent pour le patrimoine culturel immatériel en France et la sauvegarde des vestiges indispensables à toute commémoration du passé.

Si le paysage est culturel, en lien avec l'histoire et les civilisations passées (cité de Carcassonne ou châteaux Cathares, plus ou moins en ruines, par exemple, pour rester sur l'autoroute), on considère plus généralement que l'émotion ressentie face à ces multi-paysages « facilite l'ordre de traitement des mémoires » (Jeudy, 1990 : 6) : « D'un côté, une esthétique de l'abandon vient se substituer à celle des ruines (les friches industrielles, par exemple), de l'autre, les lieux de réhabilitation « authentiques » rétablissent la simulation d'une puissance symbolique des mémoires collectives (...) Le paysage constitue ainsi sa propre légitimité de manière auto-patrimoniale », en outrepassant la question de la conservation et de la sauvegarde « en ne se conformant à aucune logique préalable de l'authenticité ». La satisfaction émotionnelle permet d'inventer de nouveaux possibles dans le monde de l'expérience, de nouveaux possibles du monde ordinaire qui reposent sur « la suspension relative ou totale des contraintes du monde de l'action », ici de l'action patrimoniale, au profit de « l'expérience esthétique qui permet d'artialiser le monde », c'est-à-dire de « former des agencements « beaux » authentiques qui rendent le monde habitable » (Girard, 2001 : 122-123).

20 D'après nos entretiens en enquêtes sur le terrain. Voir dans B. Cherubini (1996, 1998, 2005).

Bibliographie

APPADURAI, A., 1996, *Modernity at Large. Cultural Dimensions of Globalization*, Minneapolis, University of Minnesota Press.

AUGÉ, M., 1997, *L'impossible voyage. Le tourisme et ses images*. Paris, Payot.

BRUNER, E. and C. GEERTZ ed. 1986, *The Anthropology of Experience*, Urbana, University of Illinois Press.

BRUNER, E. 2005, *Culture on Tour*. Chicago : University of Chicago Press.

CARON, C.-I., 2006, *Se créer des ancêtres*. Québec, Septentrion.

CHERUBINI, B., 1996, « Traduire le localisme : des mises en scène locales de la généalogie à la recherche anthropologique », *Les Cahiers de la Société historique acadienne*, Volume 27, n° 2-3, juin-septembre, p. 161-193.

CHERUBINI, B., 1997, « Le génie de la performance familiale : mises en scène locales de la généalogie canadienne et réunionnaise » in T. BARTHÉLÉMY et M.-C. PINGAUD (éd), *La généalogie entre science et passion*, Paris, Éditions du CTHS, p. 361-376.

CHERUBINI, B., 1998, « Localisme, territoires et dynamiques identitaires », in L. TURGEON, éd., *Les entre-lieux de la culture*, Sainte-Foy, Presses de l'Université Laval, p. 57-82.

CHERUBINI, B. 2005, « L'Acadie historique et mythique dans l'espace muséographico-touristique : sur la construction locale des identités acadiennes », *Études Canadiennes/Canadian Studies*, n°58, automne 2005, p. 313-332.

CHERUBINI, B., 2010, « L'Acadie des festivals et des lieux touristiques en France : un regard anthropologique sur un espace identitaire acadien », in A. MAGORD (dir.), *Le fait acadien en France histoire et temps présent*, La Crèche, Geste éditions/histoire (coédition université de Moncton, Institut d'études acadiennes), p. 167-197.

CLIFFORD, J and MARCUS, G ed., 1986, *Writing Culture : The Poetics and Politics of Ethnography*, Berkeley, The University of California Press.

COSTES, G. et D. GUILLEMET, 2005, « Mémoires de la Nouvelle-France en Poitou-Charentes. De l'Histoire à l'invention et invention du patrimoine » in P. JOUTARD et T. WIEN (dir.), *Mémoires de Nouvelle-France. De France en Nouvelle-France*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes, p. 305-317.

CRAPANZANO, V. 1992, *Hermes's Dilemma and Hamlet's desire. On the Epistemology of Interpretation*, Cambridge, Mass : Harvard University Press.

CRAPANZANO, V., 1994, «Réflexions sur une anthropologie des émotions», *Terrain*, n°22,

DUVIGNAUD, J., 1981, *Fêtes et civilisations*, Arles, Actes Sud (1^{er} ed. 1973).

ECO, U, 1992, *La production des signes*, Paris, LGF (1^{er} ed. Bloomington, 1976).

FABRE, D. ed., 2013, *Emotions patrimoniales*, Paris, Editions de la MSH de Paris.

FERNANDEZ, F., LÉZÉ, S. et H. MARCHE éd., 2013, *Les émotions. Une approche de la vie sociale*, Paris, Editions des Archives Contemporaines.

FALZON, M. A. ed. 2009, *Multisited Ethnography. Theory, Praxis and Locality in Contemporary Research*, Surrey : Ashgate.

GEERTZ, C., 1996, *Ici et là-bas. L'anthropologue comme auteur*, Paris, Métailié (1^{er} ed. 1988) .

GIRARD, A., 2001, « Comprendre l'expérience touristique : une reconstruction critique de l'esthétique touristique », *Les Cahiers de l'IRSA*, n°5, mai, p. 99-125.

JEUDY, H.-P. dir., 1990, *Patrimoines en folie*, Paris, Editions de la MSH.

LE BRETON, D., 1998, *Les passions ordinaires. Anthropologie des émotions*, Paris, Armand Colin.

LOTMAN, Y., 1990, *Universe of the Mind. A Semiotic Theory of Culture*, Bloomington, University of Indiana Press.

MARCUS, G. E., 1998, *Ethnography through Thick and Thin*, Princeton, N.-J., Princeton University Press.

PICARD, D., 2011, *Tourism, Magic and Modernity*, Oxford, Berghahn.

PICARD, D. and ROBINSON, M. ed., 2012, *Emotion in Motion. Tourism, Affect and Transformation*. Surrey : Ashgate.

ROBINSON, M., 2012, « The Emotional Tourist » in D. PICARD and M. ROBINSON ed., *Emotion in Motion*, Surrey, Ashgate, p. 21-46.

SANSOT, P., 1986, *Les formes sensibles de la vie sociale*, Paris, PUF.

SCHWIMMER, E., 1994, « Le localisme au Québec », *Anthropologie et Sociétés*, Vol. 18, n°1, p. 157-175.

TURGEON, L., 2003, *Patrimoines métissés. Contextes coloniaux et postcoloniaux*, Paris, Editions de la MSH et Sainte-Foy, Presses de l'Université Laval.



Pour tout renseignement, veuillez contacter :

Caroline Blondy, cblondy@univ-lr.fr

Luc Vacher, lvacher@univ-lr.fr

Didier Vye, didier.vye@univ-lr.fr