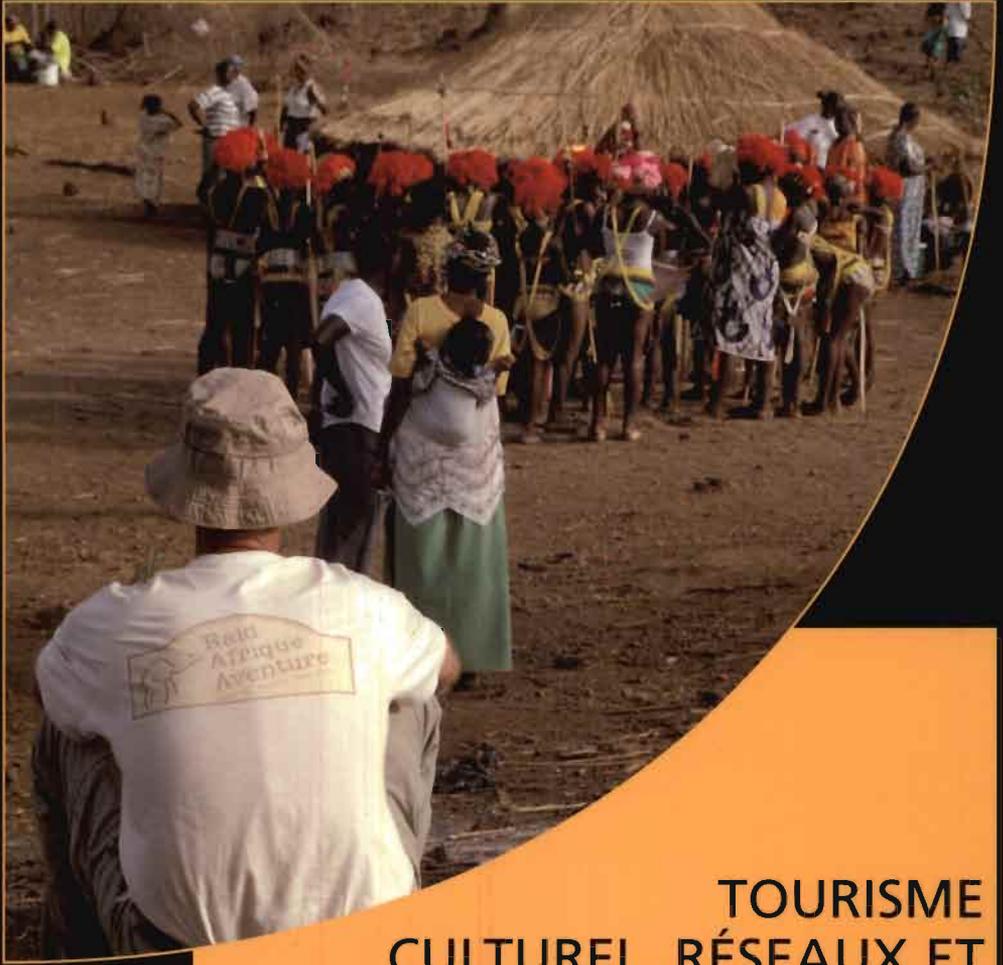


N° 40 - 2006

autrepart

Revue de sciences sociales au Sud



TOURISME
CULTUREL, RÉSEAUX ET
RECOMPOSITIONS SOCIALES

IRD
Éditions

ARMAND
COLIN

Articles en lignes sur
www.editions-sedes.com

P.-D.G. Armand Colin
Nathalie Jouven

Commission paritaire
En cours

ISSN
1278-3986

Administration
Armand Colin
21, avenue du Montparnasse
75006 Paris

Rédaction
IRD
32, rue Henri-Varagnat
93143 Bondy cedex

Maquette
Armand Colin

Couverture
Béatrice Garnier

Périodicité
revue trimestrielle

Impression
Imprimerie Chirat
42540 Saint-Just-la-Pendue

Dépôt légal
Décembre 2006, N° 3212

© Armand Colin/IRD

Illustration de couverture :
Cérémonie de Eyuk au village
de M'Bong Bassari (Sénégal), 2 juin 2002,
Ph. Olivier Barrière, © IRD

Tous droits de traduction, d'adaptation et de reproduction par tous procédés réservés pour tous pays. En application de la loi du 1^{er} juillet 1992, il est interdit de reproduire, même partiellement, la présente publication sans l'autorisation de l'éditeur ou du Centre français d'exploitation du droit de copie (3, rue Hautefeuille, 75006 Paris).

All rights reserved. No part of this publication may be translated, reproduced, stored in a retrieval system or transmitted in any form or any other means, electronic, mechanical, photocopying recording or otherwise, without prior permission of the publisher.

Autrepart est une revue à comité de lecture coéditée par l'Institut de recherche pour le développement (IRD) et les éditions Armand Colin. Son objectif est de promouvoir la réflexion sur la complexité et les dynamiques des sociétés du Sud, en mouvement permanent pour penser et redéfinir leur propre réalité. Ces sociétés font face à des changements économiques, sociaux, politiques, écologiques... Les phénomènes de mondialisation relativisent l'autonomie des États, les inégalités intra et internationales se creusent, des transformations majeures affectent tantôt les politiques des États, tantôt la nature même des institutions. Les réactions et les adaptations multiformes des sociétés du Sud à ces changements sont au cœur des interrogations de la revue.

Le caractère transversal des sujets abordés implique en général de rassembler des textes relevant des différentes disciplines des sciences sociales.

COMITÉ DE PARRAINAGE

Claude Bataillon, Jean Coussy, Alain Dubresson, Françoise Héritier, Hervé Le Bras, Elikia M'Bokolo, Laurence Tubiana

COMITÉ DE RÉDACTION

Virginie Baby-Collin (Université de Provence)
Sylvie Bredeloup (IRD)
Carole Brugeilles (Université Paris X Nanterre)
René Collignon (CNRS)
Anne Doquet (IRD)
Philippe Gervais-Lambony (Université Paris X Nanterre)
Christophe Z. Guilmoto (IRD)
Marie-José Jolivet (IRD)
Marie Ladier-Fouladi (CNRS)
Jean-Yves Martin (IRD)
Évelyne Mesclier (IRD)
Sandrine Mesplé-Somps (IRD)
Pascale Phélinas (IRD)
Carlos Quénan (IHEAL – Université la Sorbonne)
Jean Ruffier (CNRS – Université de Lyon 3)

DIRECTEUR DE LA PUBLICATION

Michel Laurent

DIRECTRICE DE LA RÉDACTION

Laurence Quinty

SECRÉTAIRE DE LA RÉDACTION

Huguette Meignan

Autrepart, sur le site de l'IRD
www.autrepart.ird.fr

Indexé dans / - Indexed in

- INIST-CNRS
- INGENIA

Sommaire

Tourisme culturel, réseaux et recompositions sociales

Éditeurs scientifiques : Anne Doquet et Sara Le Menestrel

Anne Doquet, Sara Le Menestrel : Introduction	3
*	
Saskia Cousin : De l'UNESCO aux villages de Touraine : les enjeux politiques, institutionnels et identitaires du tourisme culturel.....	15
Céline Cravatte : La construction de la légitimité du tourisme solidaire, à la croisée de différents registres mobilisant le lien avec la « population locale »	31
Nadège Chabloz : Vers une éthique du tourisme ? Les tensions à l'œuvre dans l'élaboration et l'appréhension des chartes de bonne conduite par les différents acteurs	45
Sébastien Boulay : Le tourisme de désert en Adrar mauritanien : réseaux « translocaux », économie solidaire et changements sociaux	63
Sandrine Gamblin : Trois expériences égyptiennes de la rencontre touristique...	81
Emmanuel Grégoire : Tourisme culturel, engagement politique et actions humanitaires dans la région d'Agadès (Niger)	95
Mahalia Lassibille : Les danses <i>woDaaBe</i> entre spectacles touristiques et scènes internationales : les coulisses d'une migration chorégraphique.....	113
Monica Lacarrieu : Touristes et « non-touristes » dans le monde de l'interculturalité. Un regard à partir du patrimoine immatériel	131
Olivier Evrard : L'exotique et le domestique. Tourisme national dans les pays du Sud : réflexions depuis la Thaïlande.....	151
Note de Recherche	
Éric Boutroy : La professionnalisation des guides népalais. Quelques réflexions autour de la réappropriation du tourisme de montagne	169
Notes de lecture	
Odile Hoffmann, Adriana Naveda, Sylvia Navarrete, Alfredo Vanin, <i>Noires lumières. Mexique-Colombie – Lucas de ratz negra. México-Colombia</i>	177
Edward M. Bruner, <i>Culture on Tour : Ethnographies of Travel</i>	179
Georges Courade, <i>L'Afrique des idées reçues</i>	181
Résumés/Abstracts	185

Derniers numéros parus

- 2004 29 *Les objets de la santé*, Laurent Vidal
30 *Gouverner les hommes et les ressources*, Jean-Pierre Chauveau, Jean-Pierre Jacob, Pierre-Yves Le Meur
31 *Variations*
32 *Transports aux Suds*, Jérôme Lombard, Benjamin Steck
- 2005 33 *Inventer le patrimoine moderne dans les villes du Sud*, Galila El Kadi, Anne Ouallet, Dominique Couret
34 *Variations & Hommages*
35 *Les ONG à l'heure de la « bonne gouvernance »*, Laëtitia Atlani-Duault
36 *Migrations entre les deux rives du Sahara*, Sylvie Bredeloup, Olivier Pliez
- 2006 37 *La migration des emplois vers le Sud*, Nolwen Henaff
38 *La globalisation de l'ethnicité ?*, Élisabeth Cunin
39 *Variations*

La revue *Autrepart* remercie tous les lecteurs qui ont participé à la réalisation des numéros de l'année 2006

AGUDELO Carlos	ARGYRIADIS Kali	AUBERTIN Catherine
AUBREE Marion	AUGUSTIN Jean-Pierre	BASSET Tom
BAVA Sophie	BEN NEFISSA Sarah	BENIT Claire
BIRMAN Patricia	BOILLEY Pierre	BOISVERT Valérie
BONNIOL Jean-Luc	BOUMAZA Nadir	BOURDIER Frédéric
BOUTRAIS Jean-Baptiste	CAMBREZY Luc	CAPONE Stéphanie
CARON Patrick	CARROUE Laurent	CASAJUS Dominique
CATTEDRA Raffaella	CHALEARD Jean-Louis	CHAUDHURI Vasudeb
CHAUVEAU Jean-Pierre	CHAZAN Suzanne	CHIVALLON Christine
CUNIN Élisabeth	DACHER Michèle	DECORET Anne
DEFRANCE Jacques	DERLON Brigitte	DEVERIN Yveline
DOMENACH Hervé	DOQUET Anne	DROULERS Martine
DUBRESSON Alain	DUFUMIER Marc	DUMOULIN David
DUVAL Maurice	EL KADI Galila	ERIKSON Philippe
FAY Claude	GARCIA Gaetano	GAY Jean-Christophe
GERARD Étienne	GERAUD Marie-Odile	GOUDINEAU Yves
GOUYON Anne	GREGOIRE Emmanuel	GROS Christian
HARRAMI Noureddine	HERNANDEZ Valeria	HERRERA Javier
HEUZE Djallal Gérard	HOFFMANN Odile	IGUE John
JAGLIN Sylvie	JOLLY Éric	KNAFOU Rémy
LALLIER Christian	LANGE Marie-France	LAURENT Pierre-Joseph
LAURENT Virginie	LENA Philippe	LEONARD Éric
LESTAGE Françoise	LE MEUR Pierre-Yves	LE TOURNEAU François-Michel
LIMA Stéphanie	LINCK Thierry	LOCOH Thérèse
LOMBARD Jérôme	LOUX Françoise	MARIE Alain
MASSAL Julie	MATHIEU Marie-Lou	MAXIMIN Bertrand
MICHAUD Jean	MORIN Françoise	NAVEZ-BOUCHANINE Françoise
OLIVIER de SARDAN Jean-Pierre	PÉPIN LEHALLEUR Marielle	PERROIS Louis
PESCHE Denis	PICON François-René	PICOUET Michel
PILON Marc	PIVETEAU Alain	RAVENEAU Gilles
RAYMOND Nathalie	RETAILLÉ Denis	RICHET Xavier
RINAUDO Christian	RODRIGUEZ-MALTA Rachel	ROGERS Susan Carol
SANMARTIN Olivier	SEIGNOBOS Christian	SOUCHAUD Sylvain
STECK Jean-Fabien	TALLET Jean-Christien	THOMAS Frédéric
VAN VLIET Geert	VERDEAUX François	VEYRET Yvette

Introduction

*Anne Doquet**, *Sara Le Menestrel***

Qu'il soit « culturel » ou non, le tourisme a longtemps été considéré par les sciences humaines françaises au mieux avec indifférence, au pire avec mépris. Bête noire d'une anthropologie exotisante longtemps circonscrite à l'étude de sociétés « traditionnelles », closes et répétitives, le phénomène touristique a surtout été analysé en terme d'impact sur les cultures qu'il affectait, voire qu'il infectait. Imposition autoritaire de modèles néo-coloniaux sur des sociétés passives et dépendantes, folklorisation et marchandisation culturelles, ingérence contribuant à l'ethnocide..., les effets du tourisme ont fait couler beaucoup d'encre, sans que soit réellement posée la question des interactions touristiques et, plus précisément, celle des actions entreprises par des sociétés se construisant ou se reconstruisant avec et à travers le tourisme. Comme l'écrit J. Michaux, « le visité et sa société sont rarement considérés en tant qu'acteurs liés à un contexte, mais plutôt comme des "réacteurs" en face du visiteur » [Michaux, 2001, p. 19].

Ces discours négatifs ont peu à peu laissé place à des approches constructivistes privilégiant la dimension dialogique du tourisme. Mais l'anthropologie a eu du mal à se frayer une voie parallèle à la perspective développementaliste souvent adoptée par les géographes et les économistes. En France, le travail précurseur de Michel Picard [1992], qui à travers la notion de « culture touristique » a prouvé l'indissociabilité de l'identité culturelle balinaise et du tourisme, a manqué de retentissement. De même, l'ouvrage que Marie-Françoise Lanfant a co-dirigé avec ses collègues britanniques J. Allcock et E. Bruner [1995] n'a guère trouvé d'écho parmi les chercheurs français. Par la suite, quelques recherches se sont inscrites dans cette approche – donnant lieu pour la plupart à des articles – sans pourtant susciter la constitution d'un champ disciplinaire légitimant pleinement une anthropologie du tourisme. Citons notamment deux numéros thématiques de revues consacrés au sujet. Le volume d'*Anthropologie et sociétés* intitulé « Tourisme et sociétés locales » [2001] rassemblait des contributions visant à « reconnaître, scruter

* Anthropologue, IRD, Bondy, UR 107 « Constructions identitaires et mondialisation », associée au Centre d'études africaines (EHESS), annedoquet@yahoo.fr.

** Anthropologue, CNRS, Centre d'études nord-américaines, MASCIPO (UMR8168), Sara.le-Menestrel@ehess.fr.

et comprendre le tourisme tel qu'il se manifeste dans les sociétés locales, au sein des populations touchées par ce phénomène » [Picard, Michaud, 2001, p. 8]. Un an plus tard, la revue *Ethnologie française* rassemblait un certain nombre d'articles interrogeant la notion d'étrangeté dans les relations du touriste et de l'indigène. Si ces deux recueils ont eu le mérite incontestable de travailler la complexité de la rencontre touristique in situ, ils se sont néanmoins cantonnés à son cadre local. Or, depuis plusieurs années, les mouvements identitaires d'aujourd'hui poussent les sciences humaines à mettre constamment en lien le local et le global, à dépasser les frontières autrefois admises en leur accolant le préfixe « trans- », et à porter leur attention sur les questions des réseaux. Constitué depuis toujours de mobilités et de relations interculturelles, le tourisme, dont une importante branche se revendique « culturelle », apparaît comme un objet taillé pour cette perspective.

C'est pourquoi il nous a semblé pertinent de proposer un numéro thématique abordant la question du tourisme culturel sous l'angle des réseaux et des recompositions sociales. Empruntant la forme adjectivale du maître-mot « culture », le concept reste aussi impalpable que le substantif dont il provient et de multiples tentatives de définition sont restées évasives ou partielles. Nous nous garderons donc ici d'en adopter une. Nous préférons conserver la souplesse de ses déclinaisons (tourisme ethnique, historique, religieux, écologique, de découverte et autres) en considérant que ce pléonasma (quel tourisme pourrait ne pas se prétendre culturel ?), malgré ses contours imprécis, revêt un sens dès lors qu'il est utilisé par les différents protagonistes du monde qu'il désigne et qui est conçu comme la forme majeure du tourisme contemporain.

En proposant la thématique des réseaux et recompositions sociales, nous espérons recueillir un ensemble de textes issus d'ethnographies multi-situées et cheminant selon ces réseaux. Peu d'auteurs ont finalement répondu à ce souhait (E. Grégoire, M. Lassibille, S. Boulay), la plupart des textes proposés se concentrant davantage sur le maillon d'un réseau que sur la chaîne. De même, certaines des entrées que nous avons proposées n'ont pas trouvé d'écho auprès des auteurs. Nous avons tout d'abord fortement souligné le caractère transnational du phénomène touristique, souhaitant mettre en évidence la transversalité des problématiques, communes au « Sud » comme au « Nord ». La perspective habituellement adoptée par *Autrepart*, très ancrée sur les problématiques des pays du Sud, explique certainement l'absence regrettable de propositions de contributions sur les zones touristiques du Nord. De même, notre appel insistait sur les réseaux élaborés par des groupes de fans, de collectionneurs, ou d'adeptes de musique, de danse, d'artisanat ou de religions, et sur les va-et-vient constants entre destinations touristiques et lieux d'origine des touristes, bref sur la migration et la diffusion de certaines pratiques culturelles. Seule Mahalia Lassibille a inscrit son article dans cette perspective. Serait-ce parce que peu de chercheurs l'ont jusqu'à présent considérée comme une piste de réflexion à part entière ? Les réseaux que nous visions à saisir se sont en fait dessinés au fil des articles. Suivons par exemple le développement du réseau du tourisme solidaire. Dans un premier temps, l'article de Saskia Cousin décortique l'avènement d'un « bon tourisme » dans les institutions internationales

et en analyse les enjeux. Dans son prolongement, l'article de Céline Cravatte examine les reformulations identitaires et les recompositions militantes se jouant dans l'espace français du tourisme solidaire. À sa suite, le texte de Nadège Chabloz mesure l'application toute relative de ces règles de bonne conduite dans un village burkinabé et les malentendus qu'elles peuvent susciter entre visiteurs et visités. Le travail de Sebastien Boulay vient alors illustrer le caractère douteux de l'économie solidaire en terrain mauritanien. Cet éclairage des réseaux au fil des articles signale que les outils d'analyse de la transnationalisation sont aujourd'hui peu utilisés dans une anthropologie du tourisme qui a du mal à s'affirmer. En même temps, il témoigne d'un nouvel angle d'approche possible que ce numéro d'*Autrepart* vient mettre en lumière. Plusieurs textes se sont finalement enchaînés très naturellement, si bien que le numéro a trouvé sa cohérence au travers des trois thèmes que nous avons dégagés : la mise à distance du tourisme, les recompositions politico-sociales qu'il alimente et la question des mobilités touristiques.

La mise à distance du tourisme

L'analyse du contexte de production du discours sur le tourisme culturel amène d'emblée à constater les efforts systématiques de ceux qui en revendiquent le bien-fondé pour s'en distancier. Cette démarche prend d'abord appui sur une hiérarchisation des pratiques. Les différents acteurs du tourisme culturel perpétuent ainsi l'antagonisme classique entre touriste et voyageur, qui stigmatise le premier et légitime le second, pour mieux faire valoir le contraste entre leur clientèle et celle des autres formes de tourisme. Cette opposition fait écho à d'autres hiérarchies que souligne dans son texte Olivier Evrard à propos de la Thaïlande : celle des touristes occidentaux envers les touristes locaux, qui leur vaut le qualificatif de « *crap tourists* » [Coleman, p. 2] ; et au sein même de la population locale, celle de l'élite envers les milieux populaires. On aboutit ainsi à une mise en abîme de la hiérarchisation des touristes, reproduite quel que soit le contexte.

Si J. Urry distingue le touriste romantique, en quête d'originalité, du touriste de masse qui au contraire cherche la similitude, c'est pour mieux souligner le caractère paradoxal de cette quête d'authenticité, toujours située dans un ailleurs géographique et temporel qui le rend finalement inaccessible [Sheller, Urry, 2004]. Ce « complexe du faux » universel, tel que l'a qualifié Jean-Didier Urbain, conduit parmi d'autres facteurs O. Evrard à faire valoir l'étude des touristes domestiques, grandement délaissés dans les analyses actuelles.

La hiérarchisation des touristes se double de celle des différentes formes de tourisme. Les chartes des organismes internationaux comme des associations ne manquent jamais de se démarquer du tourisme classique et leurs auteurs mettent un point d'honneur à décliner les facteurs qui les en éloignent. Dans son étude du « tourisme solidaire » français, C. Cravatte souligne le thème récurrent de la « responsabilisation de la population locale », ainsi que le rejet de l'exotisme et la revendication de « véritables » rencontres autour de relations personnalisées (par exemple entre artisan et client, occultant ainsi l'échange marchand ; ou encore avec

une famille, comme dans l'exemple de l'association La case d'Alidou qui fonctionne autour d'une même famille depuis 20 ans). S. Boulay retrouve ce même souci dans son étude du « tourisme solidaire » dans l'Adrar mauritanien, dont l'idéologie repose sur un « voyage humain, humaniste voire humanitaire », respectueux de l'environnement et de la population locale. L'association française Tourisme et Développement Solidaires (TDS) étudiée par N. Chabloz reprend les mêmes principes fondamentaux que le Code mondial d'éthique du tourisme de l'OMT.

En définitive, tout consiste à mettre à distance le tourisme pour s'extraire de cette catégorisation, en légitimant une démarche différente, motivée par l'adhésion à des valeurs, à une éthique dont la noblesse s'oppose à la superficialité des loisirs. L'idéologie du tourisme culturel s'inscrit ainsi dans une stratégie de distinction sociale fondée sur des oppositions incessantes ricochant à l'infini. L'analyse historique que fait Marc Boyer (1996) du processus d'invention du tourisme établit clairement qu'il a toujours été une pratique de distinction. Les critères de définition se sont tant affinés qu'ils dressent des oppositions pour le moins surprenantes, comme le relève C. Cravatte dans la brochure de l'organisme TDS : « Il s'agit de ne pas se tromper de tourisme ; ni tourisme humanitaire, ni tourisme ethnographique, simplement un tourisme d'échange et de rencontre ». C'est ainsi la spécificité qui prime sur le terme générique, chacun s'appropriant le bon tourisme et la définition du voyage légitime. Tel est l'un des nombreux paradoxes du tourisme culturel, dont la doctrine prône le caractère distinct, mais qui pousse les antagonismes tellement loin qu'elle en vient à l'exclure du champ touristique et à renier sa filiation.

Cette mise à distance transparait également dans la représentation récurrente du tourisme culturel comme projet de développement local. Il s'agit de ne pas s'en tenir à l'éphémère, caractéristique du voyage de loisir, mais au contraire de laisser une trace, et même d'avoir un impact durable sur la population locale. On affiche ainsi un souci de réciprocité défendant la nécessité d'assurer au pays d'accueil des bénéfices, dans une volonté de s'aligner avec d'autres initiatives de coopération Nord-Sud. On offre ainsi l'occasion de contribuer à un projet humanitaire accessible, transformant par là-même le voyage en terrain, voire en mission.

La hausse de statut du touriste et sa participation à un véritable projet inscrivent ainsi les activités revendiquées dans un champ bien plus large et légitime que le tourisme. Liées à des enjeux de société (développement durable, protection de l'environnement, mise en valeur du patrimoine), elles offrent l'occasion d'une forme d'engagement qui cible la classe moyenne des pays occidentaux comme du Tiers Monde et notamment en Asie du Sud-Est. Cette incitation à s'informer en s'impliquant, érigée en devoir, participe à une « intellectualisation du voyage », renforcée par les liens tissés entre milieu universitaire et agences de voyages, qui y recrutent des conférenciers [Mowforth, Munt, p. 137]. N. Chabloz souligne bien la dimension pédagogique qui ressort à la lecture de la charte de TDS : on y présente le tourisme comme un moyen privilégié d'épanouissement individuel et collectif, et comme un outil d'auto-éducation.

Le tourisme culturel ne se résume ainsi plus à un produit, ni-même à une activité, mais il devient le support de valeurs. On dépasse la définition d'une éthique du tourisme pour ériger le tourisme lui-même en une éthique du voyage et de la rencontre. L'article de S. Cousin permet de mesurer les enjeux de cette perception en décortiquant la doctrine du tourisme culturel, sa genèse, son évolution et son institutionnalisation par le biais de l'Unesco et des collectivités locales. Le tourisme culturel y apparaît comme une valeur en soi, politique et identitaire. Outil de promotion de la conscience européenne, il contribue selon ses promoteurs à forger une identité et une culture commune et constitue à ce titre une valeur positive, fondée sur la circulation et l'échange. Le tourisme culturel est intrinsèquement bon, pour toutes les parties ; il débarrasse l'activité touristique de ses scories en la parant d'une idéologie positive.

Dans une perspective qui prolonge l'analyse de S. Cousin, Barbara Kirshenblatt-Gimblett pointe la contradiction fondamentale de la politique de l'Unesco, qui prône la diversité tout en définissant un standard universel fondé sur la rareté et l'exceptionnel. « *In other words, human beings are "without distinctions" when it comes to rights, but not when it comes to culture ; thus, some cultural expressions are valued more highly, by a universal standard, than others. In a word, humanity does not want to inherit everything, just the best* » [à paraître, p. 19 et 23]. La célébration consensuelle de la diversité crée ainsi une hiérarchisation dont découlent des tensions, des discriminations sociales et des réappropriations qui mettent en péril le projet initial de l'organisme international.

Si l'on prête au tourisme culturel et solidaire des vertus de partage, de réciprocité et de valorisation patrimoniales et identitaires, le touriste n'est pourtant pas relégué au second plan. Car les activités offertes concourent implicitement à une valorisation de l'individu, de sa force de caractère, de ses qualités d'adaptation et de son altruisme. Loin d'être détrôné par la population à laquelle il offre ses services, le touriste reste le héros du voyage. M. Mowforth et I. Munt se réfèrent notamment aux « ego-touristes » [2003, p. 133-136], munis de leurs sacs à dos, qui partent seuls ou en petits groupes, pour des séjours plus longs que la moyenne, souvent dans les pays du Tiers Monde. On retrouve ici le désir intarissable de distinction propre aux chartes évoquées plus haut. « *Ego-tourist must search for a style of travel which is both reflective of an "alternative" lifestyle and which is capable of maintaining and enhancing their cultural capital. Furthermore, it is a class friction that attempts to compensate for insufficient economic capital, with an obsessional quest for the authentication of experience* » [p. 135]. La quête d'authenticité demeure bien au cœur de ces démarches touristiques alternatives, qui assouvissent le désir d'interactions vraies. Elle fait plus écho qu'il n'y paraît à la démarche du touriste « classique » – dont l'avidité de ramener des objets-souvenirs est avant tout motivée par le souci de témoigner de l'authenticité de son expérience –, se plaçant ainsi au centre. Dans le prolongement de cette réflexion, Robert Shepherd – reprenant une idée de Brian Spooner – met en lumière les perceptions conflictuelles de l'authenticité entre les touristes occidentaux et les touristes domestiques : « *One can argue that the West has in general located this*

desired authenticity in the past, both in its own and that of non-Western Others, while much of the non-West has come to locate this in the present of the West [Spooner, 1986, p. 230] – *as it can be seen, for example, in the role Disney World plays in shaping Japanese perceptions of America* » [2002, p. 191]. O. Evrard emprunte cet argument pour soutenir son analyse : à la quête d'exotisme des touristes occidentaux se substitue chez les touristes d'Asie du Sud-Est un prolongement de l'appartenance nationale. On retrouve néanmoins des représentations comparables auprès des classes moyennes thaï qui, dans les années 1980, nourrissent une vision idyllique, nostalgique et traditionaliste des communautés rurales.

Tourisme et recompositions politico-sociales

Cette mise en abîme des hiérarchies dans les pratiques touristiques se double d'un enchâssement des rapports de pouvoirs. Ce sont avant tout les politiques mondiales qui ont construit le tourisme culturel. Les principes revendiqués par l'Organisation mondiale du Tourisme (au travers par exemple du Code mondial d'éthique du tourisme, ou de la Fondation *Sustainable Tourism-Eliminating Poverty*) suivent les traces des politiques d'ajustements structurels d'organisations supranationales, telles la Banque mondiale ou le FMI, auxquelles ne peuvent se soustraire les pays qui en dépendent. Un système global de politiques touristiques existe bel et bien et il est loin d'affecter le seul domaine économique. S'il est promu comme un affranchissement des aspects néo-coloniaux du phénomène, le tourisme culturel s'inscrit de plain-pied dans les questions de développement et de domination Nord/Sud. À l'échelle nationale, l'impact des politiques sur l'extension et la promotion du tourisme reste important. L'utilisation de programmes de tourisme culturel comme une forme alternative de développement figure dans les stratégies de nombreux états. Malgré la perte de pouvoir des États-Nations, maintes études font toujours part de leur rôle dans les redéfinitions identitaires locales. Adrian Franklin [2003, p. 25] considère toujours l'État comme un des principaux agents de la construction touristique, dont il se sert pour générer un sentiment de citoyenneté, de la solidarité sociale, des espaces particuliers de sentiments d'appartenance nationale, mais aussi comme outil dans les relations internationales. Ici, l'article d'O. Evrard éclaire les stratégies de l'État thaïlandais dans le développement du tourisme de différentes régions de Thaïlande : participant au sentiment d'unité nationale, le tourisme historique y a pour visée de faciliter le développement économique mais aussi de pacifier les relations sociales locales. Au-delà des bénéfiques économiques escomptés, ce sont souvent les politiques culturelles et identitaires qui planifient et arbitrent les pratiques touristiques. Le travail de S. Cousin éclaire ici le lien constant tissé par les institutions entre le discours sur la nécessité du tourisme et celui sur l'affirmation d'une identité. Néanmoins, le fait que les pratiques touristiques n'échappent pas à l'imposition de normes, étatiques comme internationales, avec lesquelles elles doivent composer, ne doit pas faire perdre de vue la question des initiatives locales en lien avec le développement du tourisme. Les acteurs locaux peuvent en effet le saisir comme tremplin pour l'ascension aux

scènes nationales et internationales, et susciter par là même des recompositions de leur arène politique. Plusieurs des articles recueillis ici illustrent ces reformulations, tant au niveau individuel que collectif.

Bien que généralement furtive, la « rencontre touristique » occasionne parfois des relations durables et déterminantes pour les parcours individuels. La question de l'individualité se trouve au cœur de l'article de S. Gamblin, qui examine, à partir d'attitudes variées dans les stratégies matrimoniales combinées, des processus d'individuation largement contraints par les valeurs et les normes du groupe. Les doubles stratégies de conformation et de distinction opérées dans les trajectoires qu'elle suit montrent en quoi la réussite individuelle ne peut faire l'économie de la hiérarchie des pouvoirs établis au sein de la collectivité. L'aspiration des individus à la « notabiliarisation endogène » ne peut se concrétiser par un seul capital économique, mais nécessite une composition avec les cadres et les conventions établis. En même temps, ceux qui ont habilement su conjuguer règles collectives et épanouissement personnel peuvent intégrer le rang de notable, laissant disparaître l'évolution ténue d'une structure politico-sociale apparemment rigide, évolution accompagnée par les pratiques touristiques. D'une rencontre individuelle dans ce domaine peuvent ainsi germer des processus de changements sociaux. L'ascension fulgurante de Mano Dayak, personnage central de l'article d'E. Grégoire, en constitue la plus convaincante illustration. Considéré comme le porte-parole d'une communauté touarègue en réalité morcelée, il sut faire partager en France ses aspirations politiques, au bénéfice des Iforas dont il était chef de file, et au détriment des autres groupes. L'article illustre clairement les incidences politiques et humanitaires de réseaux transnationaux issus de la rencontre touristique. Si c'est ici le parcours d'un individu au nom d'un groupe qui est mis en exergue, la circulation dans les circuits transnationaux d'un groupe au nom d'une ethnie peut également induire des reconfigurations politiques locales. Suivant la venue de Wozaave en Occident pour des spectacles, l'article de M. Lassibille illustre l'affirmation, par le biais de la danse, de la position politique des Peuls nomades au Niger, notamment de leur positionnement vis-à-vis des Touaregs. À un autre niveau, E. Grégoire montre chez les Touaregs l'inversion des rapports économiques et sociaux entre les nobles et les artisans appelés communément forgerons, qui ont pu s'affranchir de leur statut de dépendants par le biais du développement de l'artisanat touristique. Au fil des articles apparaissent ainsi diverses reconfigurations de terrains politiques locaux prenant assise sur des réseaux touristiques. Cet enchâssement de stratégies à des niveaux variables (individus, classes sociales, ethnie, état, international) illustre une mobilité du politique à double sens : du haut vers le bas (de l'imposition de normes supranationales aux pratiques locales), mais aussi du bas vers le haut lorsque les initiatives d'acteurs touristiques locaux contribuent à modifier les hiérarchies sociopolitiques à tous les niveaux.

Mobilités

La diversité des formes de l'activité touristique, des expériences vécues par les touristes, celle des profils de l'ensemble des acteurs et leur circulation transnationale

amènent à reconsidérer les frontières de l'objet d'étude que constitue le tourisme. Visiteurs et visités ne sont pas plus réductibles l'un que l'autre à des figures monolithiques aux frontières nettement délimitées. La distinction entre « *host* » et « *guest* » fléchit bien souvent face aux multiples acteurs – amateurs, activistes, entrepreneurs culturels, ethnologues... – qui revêtent d'un côté comme de l'autre le rôle de passeurs, d'intermédiaires, occupant une place déterminante dans le développement des activités touristiques. Plusieurs articles attestent de ces va-et-vient incessants, de ces itinéraires transnationaux entrecroisés qui font mesurer la complexité des circulations à l'œuvre.

M. Lassibille nous offre à propos des danses des Wozaave une analyse particulièrement éclairante de cet enchevêtrement de circuits. La programmation et la conception de ces danses au sein de festivals passe par des réseaux transnationaux mettant en relation différents acteurs : des touristes et autres amateurs, des festivals en réseaux, des ONG et des Wozaave organisés en associations, qui stimulent les initiatives des Occidentaux, ethnologues compris. Les Wozaave sollicitent par ailleurs des intermédiaires « conseillers » en France mais également au Niger afin d'adapter la mise en scène des danses au public occidental. Les spectacles élaborés sont ainsi le produit de regards croisés et s'inscrivent dans des processus de multi-localisation.

Parmi les personnages-clés de telles logiques, les guides occupent une place privilégiée. L'étude menée par S. Boulay sur les circuits de randonnées chamelières dans l'Adrar mauritanien permet d'évaluer le lien, « le trait d'union » qu'ils constituent entre les différents acteurs du tourisme de désert. Interlocuteurs des tours-opérateurs, des touristes, et passeurs vers la culture locale, les guides prennent leur rôle à cœur en allant à la contre-saison faire du *lobbying* en France et suivre des formations, en un mot explicite et selon leurs propres termes, en partant « circuler ». Condition de leur crédibilité professionnelle, ces séjours leur ouvrent la voie vers un prestige social nourri de partenariats et de relations personnelles translocales.

Ces deux études attirent en outre notre attention sur la polyvalence du terme « local » appliqué aux individus, en ce qu'il n'implique pas nécessairement des citoyens du pays d'accueil, mais des résidents locaux qui peuvent aussi bien être en l'occurrence nigériens ou mauritaniens que français expatriés. Ces recoupements constituent un des arguments principaux de Monica Lacarrieu, qui s'attache précisément à montrer, à partir d'exemples argentins, la relation dialogique entre touristes et « non-touristes », remettant en question cette distinction et soulignant l'importance d'analyser les flux touristiques et leur impact sur le patrimoine culturel immatériel au regard d'autres flux migratoires du monde contemporain.

Plutôt que d'associer le tourisme à des espaces distincts, S. Gamblin présente la rencontre touristique comme un « espace interstitiel », défini comme un espace d'action transversale qui permet de concilier valeurs collectives et individuelles et de négocier les identités. Elle analyse ce processus au travers d'itinéraires individuels égyptiens marqués par les rencontres touristiques et les mariages avec des

étrangères, qui là encore impliquent des allers-retours – l'expérience de vie de Sayd en Allemagne à la suite de son mariage avec une Allemande, puis son retour – et des intermédiaires locaux étrangers – un couple d'Autrichiens retraités précurseurs du tourisme d'aventure dans un oasis du désert occidental, en collaboration avec une entreprise familiale bédouine.

C'est précisément l'omniprésence et la complexité de ces circulations et de ces mouvements migratoires qui amènent M. Sheller et J. Urry à inscrire l'analyse du tourisme dans le cadre plus large des mobilités, dans un ouvrage consacré aux « *tourism mobilities* » [2004]. Les auteurs nous incitent à éloigner les études sur le tourisme des touristes, en élargissant l'approche aux systèmes complexes de mobilités de capital, de personnes, d'objets, de signes, et d'information qui toutes s'entrecroisent et participent à la production et à la reproduction de lieux touristiques [*ibid.*, p. 6]. Le Center for Mobilities Research qu'ils coordonnent à l'Université de Lancaster témoigne d'une volonté de renouveler la perspective des sciences sociales en proposant un nouvel angle d'approche selon lequel le tourisme apparaît comme une forme particulière de mobilité. O. Evrard souscrit à cette démarche en suggérant d'intégrer l'objet « tourisme » à une anthropologie politique de la mobilité qui envisagerait l'ensemble des rapports de forces déterminant l'accès à la mobilité dans la société globalisée.

Un mot récurrent dans cette introduction comme dans la majorité des textes composant ce numéro est celui de paradoxe. Le plus important du tourisme culturel réside sans aucun doute dans son caractère autodestructeur : plus les cultures sont visitées, moins elles sont désirables pour un regard touristique avide de pureté et d'authenticité. L'intrusion au sein de sociétés qu'il ne veut pas voir évoluer amène le touriste à vivre sa condition d'homme moderne et occidental comme un fardeau : Le touriste, c'est toujours l'Autre. L'invention du « tourisme culturel » visait certainement à atténuer ces contradictions, mais les textes rassemblés ici prouvent que cette nouvelle version n'en est nullement dénuée. L'article de Saskia Cousin pointe le paradoxe suprême : l'activité touristique peut aujourd'hui fonctionner sans la présence effective de touristes. Elle s'auto-alimente dans un ensemble de discours sur le développement, les économies et les solidarités en réel décalage avec les réalités. Que peut recouvrir finalement cette omniprésence du paradoxe dans la question touristique ?

En empruntant de telles voies, le phénomène touristique déploie un terrain mouvant propice aux incompréhensions, aux malentendus et par là-même à des bricolages identitaires de toutes sortes. C. Cravatte montre dans quelle mesure la référence constante aux « populations locales » dans les réseaux de tourisme solidaire recouvre des registres concurrents. Avant d'être exportées, les définitions collectives sont déjà plurielles et compétitives dans l'espace français. Sur les terrains touristiques, des confusions du même ordre sont toujours possibles. M. Laccarieu les évoque à propos de la notion de « patrimoine immatériel », tandis que N. Chabloz éclaire l'appropriation, le détournement ou le rejet par les différents protagonistes de règles établies dans des chartes morales. Là encore sont

permis tous les décalages entre les textes et leurs applications. Ces malentendus entre visiteurs et visités sont relayés par d'autres, dans les rapports entre les entrepreneurs touristiques locaux et la population, visibles entre autres dans les contributions de S. Gamblin et S. Boulay. Ce dernier met en lumière la logique de concurrence qui incite les tours-opérateurs à exercer une pression accrue sur les rémunérations des agents locaux, s'opposant à la garantie de rapport équitable certifiée par les chartes. Le « local », érigé en figure centrale de la démarche revendiquée, est en réalité circonscrit à la population visitée, à l'exclusion des individus qui constituent les rouages de la chaîne touristique (tels les guides). Ainsi se succèdent, au fil des mailles du réseau, des contradictions, des désaccords ou des détournements qui permettent à des voix et des interprétations contraires de s'exprimer, et qui laissent également place à des identités qui se cherchent et se négocient.

Parce qu'il jongle avec ces contradictions et ces malentendus, le phénomène touristique ouvre finalement un terrain d'expression fluide, élastique, où des voix individuelles, locales, nationales, se mêlent à celles d'institutions internationales. De tels espaces pluri-vocaux sont autant de lieux permettant aux identités contemporaines, ancrées non plus dans le local mais dans la mobilité, de se greffer.

Avant que ne se généralise la circulation des hommes, des produits et des idées, Richard Amirou [1995] percevait déjà l'exotisme du tourisme culturel comme un objet transitionnel atténuant la confrontation brutale avec l'altérité. Cette idée d'interstice et de transition est reprise, nous l'avons vu plus haut, dans la contribution de S. Gamblin. Éric Boutroy considère également le tourisme de montagne au Népal comme un entre-lieu culturel où se donnent à voir les reconstructions identitaires dans des sociétés en situation de modernisation accélérée. Les « entre-lieux » [Turgeon, 1998] sont autant d'espaces de contact, d'échanges et d'interactions générateurs de mélanges et de créations culturelles. Mais les pratiques touristiques ne débordent-elles pas ces zones tampons de négociations identitaires ? Diverses recherches anglo-saxonnes tendent aujourd'hui à ne plus dissocier le monde touristique de celui de tous les jours. Z. Bauman [2000] utilise par exemple la figure du touriste comme une métaphore de la vie contemporaine. De la même manière, A. Franklin parle d'« une « touristification de la vie ordinaire » [2003b, p. 206], estimant non seulement qu'elle est un des plus importants processus culturels de la mondialisation, mais aussi que le tourisme a produit un monde globalisé à sa propre image [Franklin, 2003a, p. 25]. Cette fusion entre pratiques touristiques et vie ordinaire ne confère-t-elle pas au phénomène la légitimité qu'il mérite en tant qu'objet de recherche des sciences humaines ? Si le tourisme, comme nous l'avons vu, présente un fort caractère paradoxal, les relations qu'entretiennent avec lui les sciences sociales ne sont pas moins ambiguës. Depuis quelques décennies, ces dernières ont dû renoncer à leur objet « traditionnel » au profit d'entités non plus localisées, mais diffuses, brisant les frontières classiquement établies. Ces identités en train de se construire dans notre monde en train de se faire présentent à l'évidence des caractéristiques que le phénomène touristique pourrait éclairer. C'est sans doute l'une des contradictions de nos disciplines que d'avoir sous la main un objet palpable, éminemment contemporain, condensant à lui seul

quelques-unes des importantes tendances des mouvements actuels des identités, et de le dédaigner, comme si lui porter attention ne pouvait éclairer les constructions identitaires d'aujourd'hui, marquées tout autant par des renforcements que par une fluidité et une mobilité accrues, à l'image d'un monde touristique aujourd'hui globalisé.

BIBLIOGRAPHIE

- ALLCOCK J.B., BRUNER E.M., LANFANT M.-F. [1995], *International Tourism. Identity and Change*, London, Thousand Oaks/New Delhi, Sage publications.
- AMIROU R. [1995], *Imaginaire touristique et sociabilités du voyage*, Paris, PUF.
- BAUMAN Z. [2000], *Liquid Modernity*, Cambridge, Polity Press.
- BOYER M. [1996], *L'invention du tourisme*, Paris, Gallimard-Découvertes.
- FRANKLIN A. [2003a], *Tourism. An introduction.*, London, Thousand Oaks/New Delhi, Sage publications.
- FRANKLIN A. [2003b], « The tourist syndrome. An interview with Zygmunt Bauman », *Tourist Studies*, vol. 3, n° 2, p. 205-217.
- KIRSHENBLAT-GIMBLETT B. [à paraître], « World heritage and cultural economics », in Ivan Karp, Corinne Kratz (éd.), *Museums Frictions : Public Cultures/Global transformations*. <http://www.nyu.edu/classes/bkg/web/>
- MOWFORTH M., MUNT I. [2003], *Tourism and sustainability. New Tourism in the Third World*, New York, Routledge.
- PICARD M. [1992], *Bali. Tourisme culturel et culture touristique*, Paris, L'Harmattan.
- PICARD M., MICHAUD J. (éd.) [2001], *Tourisme et Sociétés Locales, Anthropologie et Sociétés*, vol. 25, n° 2.
- RAUCH A. (éd.) [2002], « Touriste, autochtone : Qui est l'étranger ? », numéro spécial, *Ethnologie Française*, t. 32, n° 3.
- SHELLER M., URRY J.(éd.) [2004], *Tourism Mobilities : Places to Play, Places in Play*, Routledge.
- SHEPHERD R. [2002], « Commodification, Culture and Tourism », *Tourist Studies*, vol. 2, n° 2, p. 183-201.
- SPOONER B. [1986], « Weavers and Dealers : The Authenticity of an Oriental Carpet », in Appadurai (éd.) *The Social Life of Things : Commodities in Cultural Perspective*, Cambridge University Press, p. 195-235.
- TURGEON L. (éd.) [1998], *Les entre-lieux de la culture*, Paris, L'Harmattan.
- URBAIN J.D. [2001 (1991)], *L'idiot du voyage. Histoires de touristes*, Paris, Éditions Payot & Rivages.

De l'UNESCO aux villages de Touraine : les enjeux politiques, institutionnels et identitaires du tourisme culturel

*Saskia Cousin**

Introduction

Le tourisme culturel est présenté par les acteurs politiques et institutionnels comme un tourisme qui serait bon pour l'économie des territoires, salvateur pour les sites culturels en mal de visiteurs, respectueux des populations et de leur environnement, constructif pour les touristes. J'ai pu entendre ces discours de manière récurrente en Europe, en particulier lors de mes enquêtes de terrains en Indre-et-Loire, dans les salons du tourisme et les rencontres professionnelles, au ministère de la culture et à la direction du tourisme, au Conseil de l'Europe et à l'UNESCO. Je l'ai également entendu dans des lieux plus lointains, au Brésil, en Bulgarie, ou au Bénin. Qu'il s'agisse de promouvoir le festival Racines de Ouidah, la vieille ville de Véliko Tarnovo en Bulgarie, le donjon et le tombeau d'Agnès Sorel à Loches, ou la fête de la Pentecôte à Montrésor, les élus présentent toujours le tourisme culturel comme un « secteur » qui apporterait des devises sans nuire à la beauté des lieux ou à la tranquillité de ses habitants. Or l'unanimité dans ce domaine est rien moins qu'évidente : les auteurs et les acteurs touristiques et culturels ne s'entendent ni sur la définition des pratiques et des pratiquants, ni sur ce qui caractériserait une « destination de tourisme culturel » [Patin, 1997]. Les enquêtes qualitatives et statistiques montrent que le motif culturel est extrêmement minoritaire dans les choix des destinations, et que la réalité d'un engouement pour des pratiques culturelles pendant les vacances est discutable [Urbain, 2002 ; Bertho-Lavenir, 1999]. Les « experts » sont également très réservés sur la « rentabilité » économique du secteur d'activité du tourisme culturel – et nombreux sont ceux qui considèrent que l'on ne peut ni parler de « secteur », ni parler de « marché ». La question de ses aspects positifs pour les sociétés d'accueil est également débattue, et ce depuis les années soixante. Le tourisme culturel est pourtant

* Docteur en anthropologie sociale, maître de conférence en sociologie à l'Université François Rabelais (IUT de Tours), membre du LAIOS (UMR 8177), membre associée du CITERES (UMR 6173), équipe VST – saskia.cousin@univ-tours.fr.

présenté comme le « bon tourisme », bon pour les territoires et les populations, bon pour les touristes, et bon pour les organismes qui le promeuvent.

L'objectif de cet article est double : comprendre comment la doctrine du tourisme culturel s'est constituée comme la version positive du tourisme ; tenter d'en analyser les enjeux. Nous verrons que cette doctrine est apparue dans les années soixante au sein des institutions internationales et européennes. En France, la promotion du tourisme culturel s'inscrit dans un contexte particulier : celui de la confrontation entre les administrations du tourisme, de loisirs et de la culture à différentes échelles territoriales, alors que les collectivités locales ont été les premières à organiser le tourisme en France.

Les enjeux économiques, commerciaux et financiers du tourisme culturel

« Le tourisme culturel, qui inclut le patrimoine culturel, architectural et muséologique, mais aussi les lieux de spectacles et de manifestations, les hébergements et la restauration, n'est finalement qu'un produit de consommation comme un autre » [Bayle, Humeau, 1992]¹.

Depuis plusieurs années, la France est présentée comme la première destination touristique mondiale en nombre de visiteurs. Elle se situe au troisième rang, derrière les États-Unis et l'Italie en termes de recettes induites. Le poids du tourisme dans le PIB est estimé à 6,5 % en 2004 pour la France, il est de l'ordre de 12 % en Espagne². Selon le rapport *Réinventer les vacances* [Viard, 1998], l'importance économique et sociale du secteur touristique pèse autant que l'industrie agro-alimentaire et davantage que l'industrie automobile. Le tourisme culturel a dans ce concert de performances une place à part : il n'est pas pris en compte par la plupart des analyses économiques et statistiques, et lorsqu'il est évoqué, c'est pour souligner son apport négligeable en termes de devises, et sa répartition très inégale sur le territoire. Un rapport sur la fréquentation des sites « culturels » et « non culturels » indique que « la France ne parvient à vendre touristiquement, c'est-à-dire avec au moins 100 000 entrées annuelles, qu'un peu plus de 200 lieux culturels représentant 0,5 % du patrimoine culturel qu'elle offre à la visite ». Les catégories retenues sont certes discutables, mais la conclusion l'est plus encore, puisque les auteurs en déduisent que les autres sites seraient en état de « friche touristique » et qu'il suffirait de les valoriser pour qu'ils deviennent l'objet d'une « véritable fréquentation touristique »³. Et ce, alors les grands sites culturels parisiens totalisent presque 50 % des visiteurs.

1. Dominique Bayle, Marie-Sophie Humeau, *Valoriser le patrimoine de sa commune par le tourisme culturel*, Paris, Éditions du Moniteur, 1992, n° 8.

2. Source : Insee et ministère délégué au Tourisme, *Le tourisme en France*, 2005.

3. Michel Colardelle, Alain Montferrand, *La fréquentation des sites culturels et non culturels en France métropolitaine en 1991 et en 1996*, Paris, Observatoire nationale du Tourisme, Secrétariat d'État au Tourisme, 1998, n° 20.

Il existe donc un discours économique et commercial sur le « marché du tourisme culturel », tenu par des techniciens, des élus et la plupart des intermédiaires (consultants, organisateurs de salons, journalistes) dont l'activité est liée à la création ou à la promotion d'une offre touristique. On met en avant une supposée forte « demande » de tourisme culturel et on affirme que les touristes s'intéressent de plus en plus à la culture et au patrimoine. Ainsi Hughes Parent, Directeur du Tourisme en 1996⁴, explique-t-il dans un colloque organisé par le ministère de la Culture que « la logique de la Direction du tourisme se traduit avant tout en termes économiques. Le tourisme s'occupe en premier lieu de satisfaire la clientèle – la demande – ce qui est une approche différente de la culture qui se préoccupe plutôt de l'offre. (...) La culture est appréhendée dans ce cadre comme une exigence de la clientèle. (...) L'image à offrir est celle de la diversité culturelle française partant de la constatation que le touriste fuit désormais l'offre standardisée ». La posture revendiquée est commerciale, et s'oppose explicitement à la politique de l'offre défendue par les institutions culturelles. Dans le rapport *Économie touristique et patrimoine culturel*, les auteurs notent : « il n'est que de voir les files d'attente aux portes des grands monuments et des grands musées, en France comme à l'étranger, pour se rendre à l'évidence : le patrimoine reste l'une des motivations majeures du voyage »⁵. Ces affirmations sont relayées dans la Presse, par exemple *Le Monde* : « S'ajoute une transformation plus profonde qui pousse le vacancier vers l'indépendance, le tourisme vert, les sports nature et les activités culturelles »⁶, ou encore *Le Figaro* : « plus la crise dure, plus les Français tentent de faire de leurs congés un moment fort et plein. Sport, culture prennent une importance plus forte que par le passé »⁷. Ces déclarations servent en retour de références aux affirmations politiques et institutionnelles.

Or, lorsque les analystes se penchent sur les pratiques des visiteurs et leurs motivations, ils remettent en cause, pour des motifs différents, la pertinence du « concept » de tourisme culturel [Patin, 1997] et la réalité quantitative de ses pratiques. Selon les dernières enquêtes de l'Insee, seul 1 % des français interrogés donnent pour motif de leurs séjours personnels en France une manifestation culturelle ou un festival (à titre d'exemple, la visite à la famille représente 41 % des motifs). Considéré comme un secteur, à l'instar du tourisme fluvial ou du tourisme d'hiver, son poids économique est très faible, puisque ne sont comptabilisés que les sites payants. En revanche, la même enquête montre que 44,2 % des séjours des français en France donnent lieu à une visite (visite d'une ville, et/ou toute visite de site naturel et culturel, marché, brocante). Tout dépend donc de ce que l'on entend par « tourisme culturel », et l'élasticité de la définition est sans doute cruciale dans le succès de cette expression. Quoiqu'il en soit, les touristes ne sont pas tous actifs,

4. C'est-à-dire le directeur de la Direction du Tourisme, l'administration du secrétariat d'État au Tourisme. *Journées d'étude tourisme et culture*, 4, 5 juin et 9, 10 octobre 1996, ministère de la Culture et de la Communication, DDF, n° 1.

5. *Économie touristique et patrimoine culturel*, Paris, Conseil national du tourisme, 1994, n° 7.

6. « Les vacanciers de la crise », *Le Monde*, 31 août 1993.

7. André Rauch, entretien au *Figaro*, 17 juillet 1996.

curieux et en demande permanente d'activités culturelles, sportives ou ludiques. Pourtant, le « modèle aristocratique et moral à la fois » [Bertho-Lavenir, 1999, p. 12] du voyageur culturel reste la référence de nombreuses institutions, du ministère de la Culture et de celui du Tourisme, de l'UNESCO et de l'ICOMOS, des élus locaux et des collectivités locales. Catherine Bertho-Lavenir note en conclusion de *La Roue et le stylo* [1999] le décalage entre, d'un côté, le désir des touristes de ne rien faire – qui correspond notamment à la tradition aristocratique non pas de l'effort mais de son exact opposé, la villégiature – et, de l'autre, les politiques multiples des ministères et des collectivités locales pour organiser des activités touristiques, pour développer le tourisme. Ce qui est troublant est l'utilisation du vocable marchand qui se veut rationnel, l'assurance avec laquelle sont avancés des chiffres de la fréquentation touristique « estimée » ou « attendue », alors que rien ne permettrait d'arguer de la « rentabilité » du tourisme culturel, ni de sa cohérence comme secteur d'activité économique. Ou, pour le dire autrement, le discours sur le tourisme culturel ne se donne pas ou ne peut se donner les éléments d'évaluation qui seraient rationnels par rapport à des fins commerciales et financières. Reste à comprendre la rationalité des acteurs du tourisme culturel et l'efficacité de cette notion.

Un enjeu géopolitique et « moral » : le tourisme culturel comme outil de développement

Dans les années soixante, l'émergence mondiale de ce qu'il est convenu de nommer le « tourisme de masse » est présentée comme un grand espoir pour les pays en voie de développement car le tourisme est considéré comme un mode de redistribution automatique des devises. Le désenchantement est rapide et les institutions internationales et nationales, politiques, culturelles et touristiques se trouvent devant la nécessité de remettre en cause l'idée selon laquelle le tourisme serait forcément positif pour les pays d'accueil et pour le patrimoine visité. De nombreux auteurs dénoncent alors les effets pervers du tourisme : destruction du patrimoine, perversion de l'activité économique locale et décalage dangereux entre les visiteurs et les visités. Dans les textes de l'UNESCO, de l'ICOMOS et de l'OMT, les valeurs conférées au tourisme oscillent de manière permanente entre deux pôles : une valeur positive – le tourisme comme ouverture au monde, modalité de sauvegarde et de diffusion de la culture d'un lieu – et une valeur négative – le tourisme comme approche artificielle, élément de destruction du patrimoine et des cultures, mauvais parce que « anarchique », « de masse », bref « incontrôlé ». La dénonciation du tourisme n'est pas nouvelle : le touriste est « l'idiote du voyage » [Urbain, 1993] depuis le milieu du XIX^e, et s'en moquer pour s'en démarquer est sans doute l'un des « lieux communs » [Équipe MIT, 2002] les plus partagés, aujourd'hui comme hier.

Dans ce contexte, le « tourisme culturel » apparaît comme un moyen d'éviter les « effets pervers » et la connotation péjorative du tourisme. Les institutions vont mettre en place une véritable « doctrine » dont la mise en application peut, selon ses promoteurs, permettre à la fois de « sauver » des sites, participer au développement économique et œuvrer pour la paix et l'échange. Toutefois, si la découverte

du patrimoine et de la culture est mieux connotée que le tourisme balnéaire, il faut ajouter que toute visite du patrimoine n'est pas bonne. Il faut un bon tourisme pour le patrimoine, un tourisme qui apporte des devises, un tourisme curieux qui favorise les échanges culturels, bref un tourisme de valeur, un tourisme « civilisé ». La doctrine du tourisme culturel comme « bon tourisme » – expression utilisée par Michel Picard à propos de Bali [Picard, 1992] – ne changera pas, mais suivra l'évolution des dogmes économiques, la transformation de la notion de culture et l'élargissement du concept de patrimoine.

La Conférence de Rome de 1963 avait envisagé le tourisme international comme un facteur de redistribution automatique ; la Conférence Mondiale du Tourisme de 1980, organisée à Manille, peut être considérée comme l'aboutissement du revirement doctrinal opéré dans les années soixante-dix. On affirme désormais la primauté des aspects culturels sur les facteurs économiques : « Le tourisme a acquis outre ses dimensions quantitatives bien connues une dimension culturelle et morale qu'il importe de favoriser et de protéger contre les distorsions négatives dues à des facteurs économiques »⁸. Le déplacement du lieu de la conférence internationale, de Rome, lieu mythique du tourisme, à Manille, marque également la modification de la composition de l'OMT et le déplacement des flux touristiques mondiaux. Suivant la politique impulsée par le nouveau directeur général de l'UNESCO⁹, l'Organisation Mondiale du Tourisme affirme : « dans la recherche d'un nouvel ordre mondial, l'épanouissement et la préservation des valeurs culturelles constituent le thème central de la réflexion en matière de développement... ». Mieux encore, les États cherchent à enrichir leur patrimoine de valeurs culturelles en formulant des politiques et en prenant des mesures conformes à leur situation et à leurs exigences nationales »¹⁰. Les « pays récepteurs » sont donc crédités de « valeurs » intrinsèques et préalables, et le tourisme est un moyen de les conserver et de les épanouir. Le patrimoine et les cultures ne sont plus considérés simplement comme des « matières premières », comme c'était le cas en 1963.

Si la doctrine du tourisme change, celle du tourisme culturel va également évoluer, se présentant à nouveau comme la part « bénite » des nouvelles perspectives : ce qui est en jeu se mesure désormais en termes d'impacts sur les « valeurs », le tourisme culturel va se présenter comme le moyen de conserver ces « valeurs » et d'y apporter des « effets bénéfiques ». En 1976 est édictée par l'ICOMOS la première Charte du tourisme culturel, élaborée lors d'un séminaire international, intitulé « Tourisme et Humanisme contemporain ». Cette charte est signée par l'ICOMOS, par l'OMT et par de nombreux organismes professionnels. Elle affirme : « le tourisme est un fait social, humain, économique et culturel irréversible. (...) Le tourisme culturel est celui qui a pour objet, entre autres objectifs, la découverte des sites et des monuments. Il exerce sur ceux-ci un effet positif

8. OMT [1980], Déclaration de Manille sur le Tourisme Mondial, Manille, article 14.

9. Ahmed Mokhtar M'bow, directeur général de 1974 à 1987, qui développa notamment une doctrine dite du « nouvel ordre de l'information ».

10. OMT, Déclaration de Manille sur le Tourisme Mondial, Manille, 1980, préambule.

considérable dans la mesure où, pour ses propres fins, il concourt à leur maintien en vie et à leur protection. (...) Le tourisme culturel, tel qu'il est actuellement pratiqué ne saurait être séparé des effets négatifs, spoliateurs ou destructeurs, qu'entraîne l'emploi massif et incontrôlé des sites et des monuments qui en font l'objet »¹¹. Le tourisme, pour être positif, doit donc être culturel et maîtrisé. C'est justement ce rôle de maîtrise que vont se donner les institutions internationales : elles vont élargir le champ du tourisme culturel à mesure que grandissent les destinations du tourisme, afin de tenter d'imposer des mesures de protection et de gestion des flux. Élargir le champ, c'est-à-dire transformer la définition des notions de patrimoine et de culturel et introduire dans les objets du tourisme culturel les notions « d'identité culturelle », de « patrimoine immatériel » ou « intangible », et plus récemment de « diversité culturelle ». La transformation de la définition du « tourisme culturel » est donc à mettre en relation avec le rôle qu'ont joué les intellectuels et les chercheurs – notamment les anthropologues – dans l'évolution de la notion de « Culture ».

Un enjeu européen : le tourisme culturel au service de la conscience européenne

Un esprit international n'est pas encore un esprit européen. Il faut franchir un pas de plus et saisir l'unité dans la diversité, enfin le caractère spécifique de la continuité européenne, de la civilisation européenne ; par la comparaison avec d'autres continents. (...) Chaque point, chaque monument considéré isolément, et chaque zone culturelle peut être envisagé comme le ganglion d'une fibre nerveuse à multiples embranchements qui reçoit, émet ou transmet un flux donc soit comme un lieu de rencontre ou de convergence, soit comme un lieu de diffusion, soit comme relais, soit comme lieu de concentration avant diffusion [*Tourisme culturel et conscience de l'Europe*¹²].

On retrouve, retraites à l'échelle de l'Europe, qu'il s'agisse de l'Union Européenne ou du Conseil de l'Europe, quelques-unes des références historiques et humanistes qui motivent les discours de l'UNESCO. La différence est cependant de taille : il ne s'agit plus de postuler un universalisme mais, quel que soit le nom qu'on lui donne – civilisation, culture –, une singularité et une identité, à nulle autre pareille. Fondé en 1949, le Conseil de l'Europe est la plus ancienne des organisations politiques européennes. Dès le début des années soixante, le Conseil de l'Europe, et en particulier le Conseil de coopération culturelle présentent le tourisme culturel comme un moyen au service de la promotion des « valeurs européennes ». Dans le rapport intitulé *Tourisme culturel et conscience de l'Europe*, publié en 1964, les rapporteurs voient dans le tourisme culturel un moyen de « faire ressortir (...) que le génie européen est un phénomène

11. Charte du Tourisme culturel, ICOMOS, 1976, n° 1.

12. *Tourisme culturel et conscience de l'Europe*. La prise de conscience collective des hauts lieux culturels de l'Europe et leur incorporation dans la civilisation des loisirs, Rapport présenté par M. Demosthène Pouris et M. Conrad André Beerli, Groupe de travail « L'Europe continue » (Strasbourg, 13 et 14 octobre 1964), Conseil de la coopération culturelle, n° 9.

continu », « une possibilité (...) de favoriser une prise de conscience de la richesse, de la diversité, de l'unité profonde et de la continuité d'une civilisation ». En même temps et dans le même rapport, les auteurs se préoccupent déjà des problèmes de « surfréquentation » ; ils mettent en garde contre des « campagnes en faveur des hauts lieux de l'Europe » qui auraient pour conséquence « un effroyable piétinement des sites indiqués, qui cesseraient aussitôt de parler à l'imagination et risqueraient, par surcroît, la détérioration ». Un rapport du même conseil de la Coopération culturelle, publié un an plus tard et intitulé *Menaces et périls. Défense et mise en valeur des sites et ensembles d'intérêt historique et artistique* est consacré aux risques et périls encourus par les hauts lieux culturels. La première partie s'attache à décrire « l'ampleur accrue des facteurs classiques de détérioration des sites et ensembles » – le temps, l'homme et la nature –, la deuxième partie porte sur « les menaces nouvelles engendrées par la transformation du milieu de vie ». Les auteurs notent dès alors ce qu'il est aujourd'hui convenu d'appeler le « paradoxe du tourisme » : « la civilisation européenne contemporaine est marquée, en ce qui concerne les problèmes des sites et ensembles d'intérêt historique, artistique ou naturel par un double phénomène contradictoire. C'est en effet au moment même où s'opère une prise de conscience croissante du haut intérêt que possèdent ces sites et ensembles pour l'ensemble du rayonnement de cette civilisation que se multiplient les menaces de tous ordres susceptibles de les mettre en péril. (...) L'attraction même exercée par ces richesses suscite autour d'elles un flux d'intérêt, d'activité de population qui tend le plus souvent à les compromettre »¹³. Il ne s'agit pas cependant d'un discours général sur le tourisme, ce qui est en jeu est la dénonciation du tourisme de masse et, *in fine*, le rejet des pratiques d'une certaine classe sociale : « tous les sites et ensembles touristiques sont victimes de ce pullulement de petits commerces, de cette sorte de kermesse clinquante et vulgaire envahissant leurs environs. (...) De tels phénomènes de vandalisme sont d'autant plus fréquents que, du fait même de l'expansion du tourisme, le niveau culturel moyen des visiteurs s'est progressivement abaissé et que le respect des richesses monumentales est par suite affaibli »¹⁴. Il faut œuvrer pour montrer la « civilisation européenne » et « ses valeurs » mais ne pas risquer de la compromettre par des pratiques trop « vulgaires ».

Pour contrer le tourisme de masse, le tourisme culturel se présente comme l'instance de régulation idéale : le « culturel » ennoblit les pratiques et les destinations et permet d'imaginer des « rencontres ». Le terme de civilisation sera remplacé dans les discours européens par les termes de culture et d'identité. Mais du Conseil de coopération culturelle des années soixante au Conseil de l'Europe

13. Menaces et périls. Défense et mise en valeur des sites et ensembles d'intérêt historique et artistique, Conseil de la coopération culturelle, 1965, n° 7.

14. *Idem*, n°s 43, 44 et 49. Dans les années qui suivent, on retrouve cette opposition entre tourisme de masse et tourisme cultivée dans de nombreux rapports et actes de congrès. Voir par exemple : *IV^e Congrès international AIT (Salzbourg, du 7 au 10 février 1972) tome 1 : Procès verbal du congrès et liste des participants*, 1972.

actuel, l'idéologie reste identique : il s'agit de défendre, d'exposer et de promouvoir « les valeurs européennes » à travers le tourisme culturel, pensé à la fois comme une pédagogie et comme un lien. En 1982, la Commission des communautés européennes réaffirme le rôle du tourisme culturel : « le tourisme multiplie les contacts entre citoyens et nous permet de découvrir l'autre dans ce qu'il a, tout à la fois, de plus singulier et de plus commun avec nous. Force au service de la paix et de la compréhension mutuelle, le tourisme nous aide à mieux percevoir la riche variété des cultures européennes comme l'identité de civilisation qui les parcourt »¹⁵. Ces différents rapports ont abouti à la création de l'Institut européen des itinéraires culturels, qui dépend du Conseil de l'Europe. L'objet de cet institut est de valoriser ou de créer des « routes » européennes susceptibles de révéler les valeurs de l'Europe et de développer « la conscience européenne » à travers le tourisme culturel. Les valeurs considérées comme fondamentales sont la liberté et les droits de l'homme. Pour le directeur de l'Institut, il s'agit de promouvoir les résolutions du Conseil de l'Europe en matière de conservation, de restauration et d'interprétation du patrimoine : « la restauration doit montrer les ajouts contemporains, l'interprétation ne doit pas être « identitaire ou ethnocentrée », mais intégrée dans le « contexte de confluence européenne, de croisement, de multiculturalité ». Les thèmes doivent être choisis en fonction de leur capacité à « éclairer les valeurs européennes actuelles »¹⁶ et la mise en œuvre doit illustrer ces valeurs par l'intégration d'opérateurs multiples, notamment les associations et les collectivités locales. L'Institut se heurte parfois à des associations dont les motivations politiques peuvent être très éloignées de la promotion des « valeurs européennes ».

La première route développée fut celle de Saint-Jacques-de-Compostelle qui répondait aux critères de « conscience européenne » recherchée ; la deuxième était la route de la soie, avec une justification plus malaisée quant à sa dimension spécifiquement ou particulièrement européenne. Mais si tout le monde a entendu parler des Chemins de Saint-Jacques-de-Compostelle, peu de gens savent qu'il est l'un des « Itinéraires culturels » constitués pour représenter les « valeurs de l'Europe ». Les voyageurs et les consultants se moquent d'itinéraires dont la visibilité reste minime et la faisabilité improbable. D'un point de vue pragmatique, il paraît difficile d'imaginer un trajet touristique qui emprunterait des itinéraires de plusieurs milliers de kilomètres. Ce n'est donc pas un produit de tourisme culturel au sens des opérateurs touristiques évoqués plus haut, et la question des pratiques apparaît très secondaire. Ce qui n'empêche pas pèlerins et marcheurs d'emprunter un peu de cette route et de bénéficier de ses aménagements.

Cultural tourism has become a particularly important issue given its dimension in terms of social, economic, cultural, and ecological development as acknowledged in the European Commission's Green Paper. (...) Europe's determination to fully

15. *La communauté et le tourisme : le dossier de l'Europe*, Commission des Communautés européennes Luxembourg, Office des publications officielles des Communautés européennes, 1982, vol. 17/82, n° 1.

16. Michel Tomas-Penette, entretien, 1999.

accept its common cultural identity, requiring practical forms of co-operation with Central and Eastern Europe among which tourism development has to play an essential role [European Commission¹⁷].

L'Institut des itinéraires culturels et l'Union européenne confèrent au tourisme culturel un rôle politique et culturel : défendre une représentation du monde organisée autour de l'affirmation d'une civilisation, d'une identité ou d'une culture commune. Le tourisme culturel se constitue aussi comme une valeur en soi, en ce qu'il présuppose que la circulation et l'échange sont des valeurs positives, puisque c'est l'acte de la circulation touristique qui permettrait, dans les discours de ces institutions, la formation ou le renforcement de l'identité ou de la culture commune. Mais cette valeur peut se passer des touristes « réels ». En ce sens, on peut dire que le fonctionnement d'institutions comme l'Institut des itinéraires culturels est performatif : les coopérations internationales entre les administrations, les chercheurs et les responsables associatifs font exister des valeurs européennes et une idéologie de la circulation et de la mobilité. Pour l'Europe et l'UNESCO, le tourisme est présenté comme un moyen au service de la constitution d'une représentation commune, à l'échelle du monde – le patrimoine mondial – ou à celui de l'Europe (des 12, des 25 ou des 40) ; cette relation entre tourisme culturel et identité est au cœur des politiques touristiques des collectivités locales. À l'échelle de l'État français, la question du tourisme culturel s'inscrit en revanche dans le contexte historique des tensions entre l'administration de la culture et les organisations de loisirs et/ ou de tourisme.

Un enjeu institutionnel : le cas des ministères français du Tourisme et de la Culture

À l'époque du front populaire, Léon Blum voulut créer une chose assez proche de ce que nous tentons. Avec Léo Lagrange, il fonda le premier ministère des Loisirs, et pendant des années, on a cru que le problème de la Culture était un problème d'administration des loisirs. Il est temps de comprendre que ce sont deux choses distinctes, l'une étant seulement le moyen de l'autre. Une auto est toujours une auto, mais quand elle nous mène quelque part, ce n'est pas la même chose que quand elle nous jette dans un précipice. Il n'y a pas de culture sans loisirs, mais ces loisirs ne sont que les moyens de la Culture [André Malraux, Discours au Palais Bourbon, 9 novembre 1963, in Urfalino, 1996, p. 44].

Avec la création du ministère des Affaires culturelles en 1959, l'organisation des loisirs et celle de la culture se trouvent scindées entre deux principaux courants, l'un créé par Malraux, avec une vision humaniste de la culture, l'autre soutenu par les mouvements d'éducation populaire, dont notamment « Peuple et Culture », et, pour le tourisme, l'association communiste « Tourisme et Travail ». Pour les tenants de l'éducation populaire, la culture est un moyen de développement personnel et il faut concilier politique de loisirs et politique culturelle. Cette vision

17. European Commission, Directorate General XXIII, *Tourism unit, Community Action Plan to assist tourism. Sample Studies and Pilot Projects*, 1995, n° 9.

se heurte aux conceptions philosophiques et stratégiques des rapports entre culture et loisirs que se font Malraux et son ministère : pour eux, la finalité est la rencontre avec « l'œuvre ». En 1959, Malraux a échoué dans sa tentative d'intégrer à son ministère le haut-commissariat au Tourisme : le tourisme sera à partir de ce moment considéré comme une activité de loisirs relevant de la culture de masse, jugée incompatible avec la nature supérieure de la Culture. Dans son discours d'inauguration de la maison de la Culture d'Amiens, le ministre des Affaires culturelles qualifie le temps libre de « temps vide » [Patriat, 1998, p. 158], et Gaétan Picon, alors directeur des Arts et des Lettres affirme, lors d'une conférence prononcée à Béthune le 19 janvier 1960, que « la culture n'est pas un divertissement : elle est ce qui exige de l'esprit la plus forte contention, elle est le sérieux et la noblesse de l'esprit » [Comité d'histoire du ministère de la Culture, 1996, p. 345].

Pour les institutions culturelles françaises des années soixante, les loisirs ne sont donc qu'un véhicule, un moyen, comme le tourisme n'est qu'une manière d'accéder – ou non – à la Culture, entendue comme les grandes œuvres de l'humanité. Cette notion de culture va toutefois évoluer et servir le rapprochement entre les institutions du tourisme et celles de la culture. En France, l'arrivée de Lang au ministère de la Culture correspond à l'aboutissement de la transformation de cette notion – déjà « théorisée » par les institutions internationales et largement mise en œuvre par Jacques Duhamel – et au succès de certains de ses corollaires – la thématique du développement culturel et celle des pratiques culturelles. La modification en valeur des loisirs et du tourisme dans les discours apparaît dans le discours du ministre socialiste de la Culture, qui, sous couvert de lutter contre l'impérialisme culturel américain, postule la relation non seulement inévitable mais surtout souhaitable, entre l'économie et la culture. En 1987 est signée une première convention entre le ministère de la Culture et le secrétariat d'État au Tourisme, entre messieurs Lang et Baylet. Cette « Convention Culture/Tourisme » a, pour ses défenseurs, des objectifs institutionnels : il s'agit de rapprocher deux administrations considérées comme des mondes autonomes, ne partageant ni la même langue, ni les mêmes valeurs. Pour ce faire, on choisit des thématiques consensuelles, des projets susceptibles d'être acceptés par tous : c'est le cas de l'amélioration de la signalisation routière, de la « signalétique multilingue » et de « l'accueil ». Une seconde convention entre les ministères est signée par mesdames Trautmann et Demessine le 18 juin 1998, à Figeac. Elle tente de concilier les sémantiques des deux administrations en insistant sur la nécessité de « participer à l'aménagement du territoire », « diversifier l'offre culturelle » et « renforcer la démarche de promotion et de mise en marché »¹⁸.

18. Un sujet de préoccupation, inédit du point de vue du tourisme, est ajouté : la question du « tourisme culturel populaire » que l'on souhaite développer en relation avec le tourisme social. Cette mise en agenda est liée à l'appartenance politique de Madame Demessine (Parti Communiste), mais il s'agit également de trouver du public pour les lieux qui souhaitent développer leur tourisme, tout en accélérant le passage des « aides à la pierre » (subvention aux villages vacances, etc.) aux aides à la personne (chèques vacances).

Un enjeu de politique locale : le tourisme culturel au service de « l'identité locale »

Ce « label » de paysage culturel d'exception, le Val de Loire le doit à l'harmonie entre ses paysages et ses monuments. Avec près de 90 km de berges fluviales et une soixantaine de communes concernées, la Touraine est le département le plus représenté du tracé retenu par l'UNESCO. Sont désormais inscrits au patrimoine mondial, les châteaux de Villandry, d'Azay-le-Rideau, d'Ussé et d'Amboise, tout comme la Devinière, le château de Chinon et l'île de Rochechouart. Le titre de paysage culturel confirme que la Touraine n'est pas seulement le pays des châteaux, et que ses villages, habitats troglodytes, vignobles, coteaux et bords de Loire valent aussi le détour... [Site Internet du Conseil général d'Indre-et-Loire, 2001].

Au niveau de l'État, la force du tourisme culturel, sa capacité à dépasser l'opposition traditionnelle entre monde de la culture et monde du tourisme se trouve dans la production d'images – à travers la « signalétique », les « labels » ou le classement au « patrimoine mondial ». Le tourisme culturel, ses labels, ses réseaux et ses conventions servent également à instituer les normes de conservation et de valorisation du patrimoine auprès des collectivités locales. C'est le cas notamment du réseau des « Villes et Pays d'art et d'histoire » : l'ambition du ministère et de l'État est de construire le patrimoine comme une valeur partagée, un élément de lien pour la nation. Les textes et les émissaires sont explicites : les critères pour obtenir le label ne sont pas touristiques mais pédagogiques : il faut que la collectivité organise une exposition sur son patrimoine et engage un animateur qui, ayant réussi le concours spécifique, mènera une politique de sensibilisation des habitants et des scolaires à « leur » patrimoine. En revanche, pour les collectivités et pour les touristes, le réseau a une fonction de label touristique. Les villes mettent en avant leur appartenance au réseau comme un élément de séduction à destination des touristes et le réseau constitue, notamment pour les groupes organisés, une « destination », c'est-à-dire que c'est la détention du label qui détermine le voyage, plus que la ville ou le « pays » lui-même.

L'évolution des définitions du patrimoine et de la culture permet d'inclure dans les campagnes de conservation et de valorisation un ensemble de lieux et de pratiques culturelles définis comme du « patrimoine immatériel », une notion introduite en 1982 à la Conférence mondiale de l'UNESCO dédiée aux politiques culturelles, et consacrée en 1993. Est ainsi classée « patrimoine immatériel » la place Djema el Fna de Marrakech, en raison de sa « sociabilité ». Cette notion est reprise par les instances culturelles françaises : les arènes de course camarguaises ont été inscrites en 1992 à l'inventaire du patrimoine français non pour leur valeur esthétique mais pour leur dimension ethnologique ; en 1990, le conseil municipal d'Aix-en-Provence a inscrit, à l'unanimité, le calisson d'Aix dans son patrimoine inaliénable [Amirou, 2000, p. 22 et 25]. Le paysage fait également son entrée dans le patrimoine, en témoigne l'inscription au Patrimoine mondial de l'UNESCO en 2000, de près de 260 km de « paysages » du « Val de Loire ». Sont classés « paysages culturels » les berges fluviales, les paysages mais aussi les communes situées sur ce périmètre. Les collectivités locales utilisent immédiatement la

référence à cette inscription devenue un label touristique. L'élargissement de la notion de patrimoine mondial et la création de la mention de « paysage culturel » permet d'organiser la politique de « diversification des flux touristiques », à toutes les échelles. De plus, le discours du tourisme culturel appuie et légitime tout un ensemble de politiques touristiques organisées autour de la mise en valeur d'une « identité locale », à travers des « produits de tourisme culturel ». C'est le cas du calisson d'Aix évoqué plus haut. Ce type d'inscription est à rapprocher des AOC (appellation d'origine contrôlée), avec une valeur culturelle ajoutée.

Les ethnologues ont longtemps dénoncé l'instrumentalisation de l'identité par le tourisme. Les observations que j'ai pu réaliser lors d'enquêtes dans deux communes d'Indre-et-Loire laissent à penser que c'est plutôt le discours sur le tourisme culturel, ses flux et ses produits qui sont utilisés comme un moyen de légitimer le discours sur une identité locale dont l'affirmation se structure en relation avec le tourisme, et ceci depuis la fin du dix-neuvième siècle. Au sein d'un village de 400 habitants et d'une petite ville de 7 000 habitants environ, j'ai analysé les représentations que chaque commune donnait à voir de son histoire, de son patrimoine et de son territoire à travers le discours sur « l'identité locale » et la mise en valeur du patrimoine. J'ai considéré les événements locaux liés au tourisme, les marchés, les fêtes et les inaugurations à la fois comme des bribes et des contextes, des fabriques et des représentations. L'*image identifiante* [Augé, 1994 ; Cousin, 2002] de la « Touraine » est organisée autour de la figure des châteaux de la Loire, berceaux de l'État-Nation, et dans le cas de Montrésor, autour de l'image du « village français typique ». Les habitants et les acteurs politiques et associatifs parlent davantage de « patrimoine touristique » que de « tourisme culturel », comme si, localement, le discours était centré sur le lieu et ses atouts – le patrimoine – alors que le discours hors des lieux mettait en avant la circulation – le tourisme. J'ai étudié la manière dont cette ville et ce village se constituaient comme *localité* [Appadurai, 1997] touristique, dans un aller et retour entre des représentations produites pour et de l'extérieur, et des conceptions construites pour et par le « local ». Il apparaît que la localité touristique se produit dans l'adaptation de singularités – historiques, topographiques – à différentes normes sémantiques relevant d'échelles et de registres différents : administratifs, politiques, touristiques etc. Mes enquêtes de terrains révèlent une grande capacité des élus, des techniciens, mais aussi des habitants, en particulier les nouveaux arrivés, à s'approprier la forme des discours sur le tourisme culturel afin de bénéficier des mesures d'aides aux territoires et aux cultures locales édictées dans le cadre des lois de décentralisation et des programmes européens comme Leader, Feder ou Interreg. Ces derniers programmes impliquent de nouveaux interlocuteurs, et souvent des découpages territoriaux propres. On ne peut donc aujourd'hui étudier les processus de production du « local » utile au « global », sans s'apercevoir que la Communauté européenne agit sur l'organisation et les représentations des territoires.

Tout se passe donc comme si ces localités avaient su utiliser à la fois la plasticité des notions de culture et de patrimoines développées par l'UNESCO, le discours sur le tourisme culturel au service de l'identité développée par le Conseil de l'Europe,

les outils de classements et les labels délivrés par le ministère de la culture française, l'ingénierie proposée par les instances touristiques, et les aides financières de l'Union Européenne. Les images et les discours qui mettent en avant les singularités de chacun des lieux se trouvent répondre aux attentes des différentes institutions. En même temps, et c'est le paradoxe du tourisme culturel, en adoptant le discours de l'identité singulière partagés par tous, les lieux et leurs images deviennent parfaitement *conformes*. Enfin, cette adéquation aux normes en cours n'implique pas une évaluation des retombées touristiques d'un point de vue financier, alors même que c'est l'argument premier des institutions et des élus pour mettre en œuvre les politiques touristiques. Le directeur de l'office de tourisme de Loches, ville dont le maire est un ancien secrétaire d'Etat au Tourisme et qui organise toute sa politique autour du tourisme, avoue qu'il n'a aucune idée du nombre de touristes qui visitent la ville, ni de leur provenance, alors qu'il produit par ailleurs un discours commercial argumenté sur les attentes de la clientèle et les perspectives d'augmentation du flux touristique. Des responsables culturels et des élus annoncent que leur monument « fait 100 000 touristes », sans se préoccuper de savoir qui sont et d'où viennent les personnes désignées sous le terme de « touristes ». Les organisateurs de la « fête médiévale » de la petite commune de Montrésor continuent d'affirmer que « la fête, c'est pour faire venir le tourisme », et que le tourisme est « la seule activité économique du village », alors qu'ils s'endettent chaque année un peu plus pour la mener à bien et que leurs spectateurs sont d'abord des voisins et des parents.

Quel est alors l'intérêt pour les collectivités locales de promouvoir un tourisme culturel et patrimonial ? Il y a bien sûr des touristes qui fréquentent les restaurants, les hôtels et les lieux culturels. Mais pour comprendre cet engouement pour le tourisme culturel, il me semble nécessaire de repenser le lien constant tissé par les institutions entre le discours sur la nécessité du tourisme et celui sur l'affirmation d'une identité – à distinguer d'une revendication identitaire. Il faut également différencier le tourisme comme *secteur économique* du tourisme culturel comme *valeur politique et identitaire*. La référence à la rationalité économique et au marché est certes omniprésente dans le discours touristique institutionnel, mais elle semble être plus un instrument rhétorique qu'une véritable tentative de mettre en œuvre des instruments de calcul économique. Tout se passe comme si la valeur économique du tourisme culturel n'était pas à prouver ou à désapprouver, parce que se référer au développement économique par le tourisme participait d'une sorte de formule incantatoire dont la finalité était avant tout politique et institutionnelle. Les discours des élus locaux sont beaucoup plus proches du raisonnement de l'UNESCO de 1966 – il faut préserver les sites car ils permettent le tourisme culturel qui permet le développement économique – que de l'analyse d'impact tel que l'envisagent les économistes de la décennie suivante. À Loches, en 2000, le maire, les adjoints, les journaux répètent que, grâce au tourisme, la ville a « changé d'allure » : on évalue alors l'effet visible de la politique de restauration de façades et non ses répercussions effectives sur les pratiques touristiques. « Développer le tourisme » est perçu comme quelque chose de positif en raison d'un jugement circulaire que l'on peut résumer ainsi : le tourisme est bon pour Loches, il faut changer d'allure pour le tourisme, le tourisme est bon pour loches : Loches a

changé d'allure. C'est dans cette circularité que réside, en partie du moins, l'efficacité du tourisme culturel. Ce qui n'empêche pas que l'apport économique soit véritablement désiré : le tourisme constitue souvent la seule activité économique à laquelle les collectivités locales croient encore. De plus, il ne semble pas possible, d'envisager la transformation de territoires autrement que comme une transformation des éléments de production. Il n'y a plus de production de marchandises, l'agriculture est en friche : on recycle les espaces et les sites de production en « offre touristique » et en produits de « tourisme culturel ». En France, l'histoire du tourisme est l'histoire de la conquête des espaces *vides* – le littoral, la montagne. Aujourd'hui, les politiques de tourisme culturel tentent de faire venir le tourisme dans les territoires *vidés*, en proie à l'exode rural ou à la fermeture des usines.

Conclusion

Les politiques touristiques sont légitimées par l'articulation d'un discours sur les besoins des opérateurs (besoin de subvention, besoin d'aménagement, besoin de tourisme), et le désir des touristes [Cazes, 2005] : le marketing du tourisme a su utiliser les mots d'ordre des années soixante-dix pour s'adresser aux générations qui les avaient énoncés. La ministre communiste du Tourisme de 1997 à 2001 avait une expression favorite, empruntée à Jean Viard : « la mise en tourisme, c'est une mise en désir ». Mais, dans le cas du tourisme culturel français, « secteur » très peu prisé par les entreprises privées, tout se passe comme si le *désir* ne se situait pas du côté de la demande mais du côté de l'offre¹⁹. Il faut donc distinguer le discours promotionnel qui vise à séduire la potentielle clientèle touristique – dire au touriste que l'offre est désirable –, et le besoin de tourisme émis par les localités, que j'interprète comme un *désir* inexprimé de constitution de soi par une altérité abstraite. Abstraite car, dans le cas du tourisme culturel, il est très rarement fait mention « des touristes » : les institutions et collectivités concernées parlent « du tourisme », et il semble que l'activité touristique puisse exister sans la venue effective de « touristes ». Dans le cas des discours que j'ai examinés, tout se passe comme si ce qui était important était le fait de pouvoir s'imaginer en objet de désir pour devenir sujet.

Selon Marc Augé [1994, p. 87], « la crise de la modernité, où certains voient une crise d'identité, pourrait être plutôt imputée au fait que l'un des deux langages (celui de l'identité) l'emporte aujourd'hui sur l'autre (celui de l'altérité). Elle serait ainsi mieux décrite comme une crise d'altérité ». Le tourisme culturel comme valeur politique et identitaire s'appuie sur des catégories institutionnelles et économiques, dont la finalité me paraît être de permettre à chacun de se reconnaître dans la forme des images projetées. Les conséquences en sont un impensé de l'échange et un manque de pensée de l'altérité puisque la politique de l'identité et de l'identification s'adresse à elle-même en figeant par les *images identifiantes* ses caractéristiques historiques, territoriales et culturelles. On peut alors considérer que ce

19. À en croire mes observations en Bulgarie et au Bénin, cette situation n'est pas propre à la France.

dispositif peut avoir pour conséquences une tentation identitaire, c'est-à-dire, pour Paul Ricœur, « le repli de l'identité *ipse* sur l'identité *idem* ou (...) le glissement, dans la dérive, conduisant de la souplesse, propre au maintien de soi dans la promesse, à la rigidité inflexible d'un caractère, au sens quasi typographique du terme » [Ricœur, 1997, p. 27].

Pour le Conseil de l'Europe et pour les collectivités locales, le tourisme est présenté comme un facteur de développement économique en même temps qu'un moyen de construire une conscience identitaire et une culture commune : identité et culture européenne, identité locale. Aujourd'hui, alertées par les crispations identitaires, les organisations internationales produisent un discours sur « l'identité subjective ». Le directeur de l'Institut des itinéraires culturels indique ainsi que pour lui, « le tourisme culturel est le tourisme de tous les dangers, parce qu'il multiplie les risques de cristallisation identitaire »²⁰. Le tourisme culturel est toujours l'objet de son Institut, mais ce dernier s'efforce de faire passer le message de « l'identité relation » en créant des itinéraires transrégionaux et transnationaux. Ce discours s'appuie sur une modification de la notion de culture, modification qui a permis le passage d'un discours universaliste et nationaliste à un discours relativiste qui veut se préoccuper de « culturel » et « d'interculturel ». Cette évolution a également permis, à l'échelle française du moins, des rapprochements entre tourisme et loisir puisque la culture se trouvait désacralisée. Mais l'importance donnée en valeur au tourisme culturel peut aussi être comprise comme une modalité d'adaptation au discours (libre)échangiste et à ce que Luc Boltanski et Ève Chiapello [1999] nomment « le nouvel esprit du capitalisme » : la mobilité, les réseaux, les projets. Enfin, la promotion du tourisme culturel comme instance de régulation au service de « l'identité relation » s'inscrit désormais dans le contexte sémantique et politique du « développement durable » et de la « diversité culturelle ». On assiste en effet aujourd'hui à l'avènement de la doctrine du « tourisme durable » qui rassemble dans un bel œcuménisme la vieille antienne du développement par le tourisme, la vulgate du développement durable, et les « niches touristiques » politiquement, écologiquement et culturellement correctes : « tourisme culturel », « tourisme solidaire », « tourisme écologique », « vert » ou « naturel ».

BIBLIOGRAPHIE

- AMIROU R. [2000], *Imaginaire du tourisme culturel*, Paris, PUF.
- APPADURAI A. [1997], *Modernity at large. Cultural dimensions of globalization*, Delhi, Oxford University Press.
- AUGE M. [1994], *Pour une anthropologie des mondes contemporains*, Paris, Aubier.
- BERTHO-LAVENIR C. [1999], *La roue et le stylo. Comment nous sommes devenus touristes*, Paris, Odile Jacob.

20. Michel Tomas-Penette, entretien, 1999.

- BOLTANSKI L., CHIAPELLO E. [1999], *Le nouvel esprit du capitalisme*, Paris, Gallimard.
- COMITÉ D'HISTOIRE DU MINISTÈRE DE LA CULTURE [1996], *André Malraux ministre, Les Affaires culturelles au temps d'André Malraux, 1959-1969*, Paris, La Documentation française, p. 345-354.
- CAZES G. [2005], « Le désir, dimension trop occultée dans la recherche géographique. Considérations à partir du tourisme », *Géographie et Cultures*, n° 53 : « Les cinémas multiplexes ».
- COUSIN S. [2002], *L'identité au miroir du tourisme. Usages et enjeux des politiques de tourisme culturel*, thèse de doctorat, EHESS.
- ÉQUIPE MIT [2002], *Tourismes 1. Lieux Communs*, Paris, Belin.
- PATIN V. [1997], *Tourisme et patrimoine en France et en Europe*, Paris, La Documentation française.
- PATRIAT C. [1998], *La Culture, un besoin d'État*, Paris, Hachette.
- PICARD M. [1992], *Bali, Tourisme culturel et culture touristique*, Paris, L'Harmattan.
- RICŒUR P. [1998], « Vulnérabilité de la Mémoire », in Jacques Le Goff (dir.), *Patrimoine et passions identitaires, Actes des Entretiens du Patrimoine, 6-8 janvier 1997, Palais de Chaillot*, Paris, Fayard et Éditions du patrimoine, p. 17-31.
- URFALINO P. [1996], *L'invention de la politique culturelle*, Paris, La Documentation française.
- URBAIN J.-D. [1993 (1991)], *L'idiote du voyage. Histoires de touristes*, Paris, Payot.
- URBAIN J.-D. [2002], *Les Vacances, Idées reçues*, Paris, Le Cavalier Bleu.
- VIARD J. (dir.) [1998], *Réinventer les vacances. La nouvelle galaxie du tourisme*, Paris, La Documentation française.

La construction de la légitimité du tourisme solidaire, à la croisée de différents registres mobilisant le lien avec la « population locale »

*Céline Cravatte**¹

Introduction

Depuis 2001, des acteurs se sont réunis dans un groupe au sein de l'Union Nationale des Associations de Tourisme (UNAT) pour promouvoir un tourisme différent². Ils ont établi une définition commune de leur activité, et des critères permettant de sélectionner les membres du groupe. Ils proposent des prestations touristiques dont les « fondements (...) sont l'implication des populations locales dans les différentes phases du projet touristique, le respect de la personne, des cultures et de la nature et une répartition plus équitable des ressources générées »³.

Cet article analyse les discours développés par ces acteurs, pour montrer comment ils créent les frontières d'un nouveau territoire marchand, professionnel et militant au croisement de la solidarité internationale et de la consommation touristique. En mobilisant la catégorie de population locale, ils imposent leur définition du « tourisme solidaire », et brouillent les frontières entre ces deux domaines ; ils critiquent le « tourisme classique » et proposent une solidarité proche du commerce équitable qui ne passe ni par le don, ni par la réalisation d'un chantier, mais par la consommation d'une prestation. Ils proposent ainsi aux touristes des ressources pour vivre subjectivement le tourisme réalisé comme un acte de solidarité.

Nous présenterons d'abord la genèse et la composition de cette « commission de tourisme solidaire ». D'un lieu de réflexion sur les liens entre éthique et

* Doctorante en sociologie, laboratoire GRIS (Groupe de Recherche Innovations et Sociétés – Université de Rouen), ccravatt@yahoo.com.

1. Je tiens à remercier toutes les personnes qui m'ont aidée pour leurs conseils critiques et suggestions d'amélioration lors de l'écriture de cet article.

2. Cet article s'appuie sur un travail d'enquête réalisé depuis octobre 2002 en France, dans le cadre de la préparation d'une thèse. Ce travail est composé d'observations en France de réunions de voyageurs, d'associations, de salons, et d'entretiens auprès de touristes et de fondateurs d'associations.

3. Source : www.tourismesolidaire.org.

tourisme, elle a évolué en un groupe de 20 associations partageant une définition commune de leur activité. Nous analyserons ensuite comment ces acteurs mobilisent la catégorie morale et commerciale de population locale, qui puise à la fois dans les domaines du tourisme et du commerce équitable. Cette catégorie est au fondement de leur légitimité. Nous montrerons enfin qu'au sein même de ce groupe, différentes perceptions du lien légitime avec cette population locale coexistent et sont proposées au touriste. À la frontière entre solidarité et tourisme, les différents acteurs visent à proposer une relation à l'autre évitant le misérabilisme caritatif comme l'exotisme touristique. Elles sont néanmoins marquées par des idéologies différentes.

Qu'est-ce que la commission du tourisme solidaire de l'UNAT ?

Genèse du groupe tourisme solidaire de l'UNAT

La commission tourisme solidaire de l'UNAT est issue d'une table ronde sur le thème « Éthique et Tourisme » mise en place par Michèle Demessine, secrétaire d'État au Tourisme, en 2001. Cette réflexion s'inscrit dans la lignée du développement des discours sur l'éthique au sein de l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT) [Lanfant, 2004, p. 745] et de la montée en importance du thème de l'éthique [Schéou, 2005]. L'animation de cette table ronde a été confiée à l'UNAT⁴. Cette table ronde a suscité une lutte pour l'appropriation symbolique de la définition du tourisme moral et à des débats récurrents sur les pratiques des structures en présence, le statut juridique, et la terminologie utilisée. Suite à cette table ronde, une première brochure a été publiée [UNAT, Rasera, 2002]. Elle présentait 27 structures engagées dans cette réflexion et proposant de faire du tourisme « autrement », et expliquait les différents termes du « tourisme alternatif ».

La mise en place progressive de la définition du tourisme solidaire s'est poursuivie : les structures n'ayant pas un statut associatif ont été écartées du groupe. Dans un deuxième temps, ce groupe a mis en place une grille de critères⁵, première étape vers une labellisation. Les acteurs promouvant cette grille souhaitaient avant tout éviter la « récupération marketing » du solidaire par d'autres prestataires touristiques. Une deuxième brochure publiée en mars 2005 présente les structures sélectionnées [UNAT, 2005]. La réflexion générale sur le tourisme et

4. L'UNAT a été créée en 1920, dans le cadre d'une tentative de structuration du secteur du tourisme. C'est une fédération d'associations de tourisme qui est l'interlocuteur principal de l'État. Elle a longtemps été le fer de lance du tourisme social, en militant pour l'accès au tourisme pour tous. L'opposition entre les deux statuts juridiques de l'activité touristiques (secteur associatif et secteur privé) a profondément marqué le secteur du tourisme français. Les membres de la commission tourisme solidaire de l'UNAT n'étaient auparavant pas membres de l'UNAT – à une exception près. Ils n'entretenaient pas de liens étroits avec les autres adhérents de l'UNAT n'appartenant pas au groupe tourisme solidaire.

5. Ces critères portent sur le caractère associatif de la structure, la sensibilisation des touristes avant le départ, l'attention à l'environnement, l'implication des populations dans les différentes étapes de mise en place du projet, le soutien à des projets de développement locaux, la possibilité d'un échange entre le touriste et les populations.

l'éthique s'est transformée en définition des frontières d'une activité spécifique, appelée tourisme « responsable et solidaire »⁶. Ce groupe revendique son lien avec le commerce équitable, et les « populations locales » visitées et aidées sont des populations du « Sud », c'est-à-dire de pays lointains en voie de développement⁷.

La commission de l'UNAT s'est pour le moment approprié le vocable « tourisme solidaire » de manière incontournable en France. Elle contribue non seulement à la diffusion d'une image, mais aussi à une meilleure coordination des acteurs des associations les plus engagées dans ce réseau. Elle vise essentiellement une meilleure efficacité commerciale. Elle est passée d'un lieu de débat assez ouvert à un groupe exerçant une activité dotée de critères proposant des prestations clairement identifiables sur le marché. Après les grands débats et des amorces de partenariats institutionnels, le groupe se concentre sur sa survie économique et sa professionnalisation.

Composition et activité du groupe

La brochure publiée en mars 2005 recense 20 associations différentes, réparties en opérateurs (13 associations), structures relais (5 associations qui transmettent de l'information mais n'ont pas l'agrément touristique, et ne réalisent pas de vente en France), structures de soutien (2 associations qui assurent la revente de prestations mises en place par d'autres associations). Les opérateurs et soutiens disposent d'un agrément touristique, qui encadre juridiquement la pratique touristique. Le nombre de départs par an est réduit. La plus grosse de ces structures, *Croq Nature*, emploie trois salariés avec un millier de départs en 2004, *Vision du Monde* avec un salarié, une stagiaire et un emploi aidé a assuré 300 départs, *Tourisme et Développement solidaire* autour de 250, les autres structures alternent entre 60 et 100 départs ; certaines sont animées presque exclusivement par des bénévoles. Ces structures ont assuré environ 3 000 départs en 2004 [UNAT, MAE, 2005]. Les associations sont plus ou moins impliquées et le « noyau dur » du groupe est constitué d'environ huit associations⁸.

Chaque structure – et au sein de chaque structure, chaque destination – est portée par des acteurs qui entretiennent des liens souvent étroits avec les territoires dans lesquels ils envoient des touristes. Anciens touristes ou voyageurs au long cours ayant eu un coup de cœur pour un territoire, anciens ou actuels expatriés, professionnels de l'aide au développement, adhérents d'associations de

6. Des acteurs ayant participé à cette table ronde poursuivent leur activité sous d'autres formes. Nous nous concentrons sur les structures restées au sein de l'UNAT.

7. Dans cette brochure, il n'y a pas de prestations en France, en Europe occidentale, ni en Amérique du Nord.

8. Cette sélection a été réalisée par un comité, en mars 2004 ; depuis, l'accès au groupe Tourisme Solidaire de l'UNAT est plus fermé qu'auparavant, autour d'une définition de l'activité : un nombre de touristes minimal est aussi nécessaire pour entrer, et la priorité est donnée aux associations visant la professionnalisation. Le projet militant de transformation du tourisme porté par l'UNAT impose de laisser le réseau ouvert et de ne pas proposer une définition trop restrictive. Tout en ayant codifié les critères d'appartenance des ses membres, l'UNAT souligne ne pas se considérer comme la seule détentrice de la définition du tourisme solidaire.

solidarité internationale ; sont aussi présent dans ces associations, mais plus faiblement, des pratiquants d'import-export d'artisanat, des personnes appartenant à des couples à double nationalité, et quelques migrants ou descendants de migrants. Ces liens sont forgés dans des contextes différents, et se renforcent à la faveur de l'inscription dans différents réseaux qui fournissent généralement les premiers touristes : petites ou grandes associations de solidarité internationale, activités associatives spécifiques en France. Ces acteurs sont dispersés sur tout le territoire français. Les prestations proposées sont assez différentes : emploi du temps plus ou moins réglé ; parcours ou séjour résidentiel dans un village; visites ou non des lieux reconnus comme « touristiques » ; stage artisanal, randonnée chamelière, visites de coopératives, participation à des débats sur les projets de développement, observation du quotidien de travailleurs sociaux. Il ne s'agit de toutes façons pas de chantiers dans lequel un travail est requis dans un temps donné.

Une grosse partie du travail effectué par le groupe consiste à gagner en cohérence, en notoriété et à se constituer une clientèle : communication dans les salons, participation à des conférences, interventions communes auprès de comités d'entreprise, travail d'explication aux financeurs potentiels et de reconnaissance auprès des institutions (un livret destiné à l'information des collectivités territoriales et de leur rôle dans la coopération décentralisée, réalisé par des personnes proches du réseau, est en cours)⁹. Une enquête grand public financée par le Ministère des Affaires Étrangères a été réalisée et présentée au salon mondial du tourisme en mars 2005. Un système de cooptation a été mis en place : les structures affichent la liste des autres structures du réseau sur leurs sites, et sur leurs catalogues. Elles peuvent éventuellement se renvoyer des touristes pour remplir les séjours, et mettre en place des extensions à certaines prestations en s'appuyant sur les prestations proposées par d'autres associations, même si elles n'ont pas pour l'instant de structure de commercialisation commune.

La création d'un territoire militant, professionnel et marchand

Ce groupe a conduit des personnes engagées dans de petits projets initialement séparés à développer la conscience qu'elles réalisent en fait la même activité. Cette activité s'appelle « tourisme solidaire ». La mise en avant des différences et la méfiance initiales s'estompent progressivement. Les différences persistantes portent en particulier sur la manière d'organiser l'activité (choix des partenaires, choix du contenu des prestations, nature du travail réalisé en amont, degré d'adaptation aux contraintes du marché).

9. L'UNAT participe aussi activement à la coordination de Forums Internationaux du Tourisme Solidaire (en septembre 2003 à Marseille, en mars 2006 au Chiapas) qui ont pour but faciliter les échanges entre partenaires du Sud et la création d'un mouvement transnational pour un tourisme et un commerce plus juste. Elle a aussi développé des liens avec l'AITR, le groupe italien de tourisme solidaire, beaucoup plus structurée et organisée qu'elle dès 2002 [Bellia, 2003].

Cette appartenance au groupe a un effet performatif : l'existence de ce groupe contribue à créer une interdépendance entre les structures, et un principe d'équivalence aux yeux du public (institutions, médias et clients). Toutes versent un pourcentage – variable – de soutien à des projets de développement. L'affichage « tourisme solidaire » peut faire évoluer progressivement le public des adhérents et des clients. C'est ainsi qu'une association de tourisme solidaire attirera plus facilement de nouveaux membres porteurs d'actions de solidarité. Des activités de découverte de l'autre sont aussi explicitement requalifiées en activités de soutien à l'autre. Inversement, des associations acceptent, abandonnant leurs résistances, de désigner leur activité comme une activité touristique.

Ce n'est donc pas tant le poids économique de ces associations qui nous intéresse que la manière dont elles contribuent à faire émerger un territoire marchand, militant et professionnel : elles reconnaissent faire la même activité, le tourisme solidaire, l'affichent sur le marché ; elles proposent un espace d'investissement militant et une définition d'un tourisme moralement légitime.

Malgré des discours collectivement établis, le travail sur l'image du tourisme solidaire n'est pas uniquement une entreprise de communication stratégique isolant un message fort ; comme dans le cas du commerce équitable, les néophytes et enquêteurs sont surpris par la complexité des débats au sein du petit monde du tourisme alternatif. La communication semble complexe et brouillée, et des touristes se déplaçant à des conférences se plaignent parfois de ne pas s'y retrouver. Cette complexité est la résultante de luttes pour la définition de la forme légitime d'un tourisme moral, face aux concurrents et en interne au groupe. Des positions différentes continuent à exister au sein même du groupe de l'UNAT. L'opposition est très nette entre le groupe de l'UNAT – que nous avons présenté – et l'association professionnelle Agir pour un Tourisme Responsable (ATR)¹⁰.

La mobilisation de la catégorie de « population locale »

Les acteurs présentent le tourisme solidaire comme une activité touristique au bénéfice des populations locales, et cela en rupture avec le « tourisme classique »¹¹. Les associations s'appuient sur des discours préexistants pour marquer leur différence et faire de leur tourisme un « bon tourisme », face au « mauvais tourisme » [Chabloz, 2004, p. 35]. Elles s'opposent d'abord au « tourisme de masse », assimilé aux séjours en club et aux circuits menés aux pas de charge, qui ne permettent ni l'un ni l'autre de rencontrer la population locale. Ce tourisme fait office de repoussoir lointain. Elles cherchent aussi à marquer leur différence avec des

10. ATR a été fondée par des voyageurs d'aventure, qui ont créé un nouvel espace de production touristique fondé sur la marche à pied, l'immersion en petit groupe dans la nature, souvent en zones désertiques ou montagneuses [Passavant, 1996] et se réclament de l'écotourisme [Blangy, Dubois, Kouchner, 2002].

11. Le tourisme « classique » étant utilisé génériquement par les acteurs comme tout ce qui n'est pas du tourisme solidaire.

formes de tourisme plus proches, comme le tourisme d'aventure ou de randonnée. Elles soulignent que leur intentionnalité est différente : il s'agit avant tout d'aider au développement des populations locales. Cette catégorie de population locale s'appuie sur les traits du « petit producteur » du commerce équitable : ce dernier appartient à un collectif démocratique, il est marginalisé, ancré dans ses traditions culturelles [Le Velly, 2004]. Le choix du partenaire ou de la destination n'est pas uniquement guidé par le marché. Ces caractéristiques entrent en résonance avec la « population locale » touristique : elle bénéficie collectivement du tourisme, elle est hors des sentiers battus, et la relation est personnelle et directe.

Un tourisme qui bénéficie collectivement à la « population locale » : la répartition des flux monétaires et son affichage

La somme versée par le touriste pour la prestation est décomposée sur la brochure de 2004 de tourisme solidaire de l'UNAT (part de l'aérien, des transports locaux, des prestations locales, des frais de fonctionnement, part reversée à des projets de développement collectifs). Cet affichage permet d'isoler et de mettre en avant l'argent qui reste vraiment sur les territoires visités, dont une part sert aux projets de développement. Cette présentation s'appuie sur deux discours préexistants. D'une part, les discours construits par les organisations de tourisme international portant sur le tourisme et le développement [Lanfant, 2004]. Les opérations mises en œuvre pour apporter des devises aux pays en voie de développement via le tourisme ont engendré de nombreuses critiques, sur les effets négatifs environnementaux et sociaux du tourisme comme sur le peu de devises qui restaient dans ces pays [Kadt, 1980 ; DANTE, 2002]. D'autre part le mouvement actuel du commerce équitable, appliqué au tourisme [El-Alaoui, 1999], qui prône plus d'équité dans les échanges commerciaux, en particulier dans les échanges commerciaux Nord-Sud.

La « population locale » est essentiellement celle appartenant au village avec lequel l'association a décidé de travailler. Certaines associations s'appuient sur une présentation analytique des différents flux économiques dont bénéficie la « population locale » : revenus directs (les salaires), revenus induits (les achats d'artisanat ou de nourriture sur place) et revenus collectifs (dus au reversement solidaire) et encouragent les touristes à acheter les productions « locales » des les villages partenaires. Surtout, le caractère collectif des retombées est mis en avant, le tourisme bénéficiant à l'ensemble du village aidé. Le discours emprunte alors au mythe de la « communauté villageoise consensuelle » souvent dénoncé, souvent présent, chez les agents de développement [Olivier de Sardan, 1995, p. 60]. Le « pourcentage solidaire » reversé au collectif, mais aussi le contrôle de cette activité par ce collectif, permettraient au village entier de bénéficier du tourisme.

Au-delà de ce pourcentage, un des enjeux de ce travail avec un collectif est la volonté de ne pas déstructurer la population locale en inversant, par le tourisme, des rapports de pouvoir, ou en créant une élite locale qui exploiterait à son tour

le reste de la « population locale »¹². Cette collectivisation des revenus du tourisme est la source de débats sur les méthodes de travail entre les acteurs de la commission.

Le travail avec une population locale défavorisée, non professionnelle et collective : une relation d'aide et de soutien

Les associations expliquent qu'elles ne développent pas une destination dans le but de l'ajouter à leur catalogue mais pour se faire le relais d'une demande émanant de la « population locale ». Autant qu'au service du client, les associations se présentent comme au service de cette « population ». Les choix des destinations à développer sont présentés comme suivant une logique différente de celle du marché.

Les associations annoncent donc travailler avec des gens qui ne sont pas initialement des professionnels reconnus et qui bénéficient grâce à elles d'une meilleure maîtrise de l'activité et de possibilités d'insertion sur le marché. La diversification de l'activité par le tourisme – qui reste une activité complémentaire – vise à créer des bénéfices permettant d'investir dans d'autres domaines que le tourisme, trop aléatoire, et à redynamiser des zones rurales. Les populations réceptrices gardent ainsi un ancrage dans le quotidien qui permet aussi de préserver l'intérêt de la rencontre. L'activité touristique hors des sentiers battus, déjà valorisée par le touriste indépendant [Urbain, 1993], participe à la redistribution des flux économiques au sein d'un territoire.

La qualité de la prestation, le lien personnel avec la population locale et le cisèlement de « petits bijoux »

Le lien privilégié avec la « population » qui accueille est enfin mis en avant : c'est une population amie auprès de laquelle l'association introduit les touristes. Lors d'une présentation à la Caisse des Dépôts et Consignations en partenariat avec le comité d'entreprise (avril 2005), la coordinatrice du réseau souligne que les associations ont mis plusieurs années à préparer les séjours et que « ce sont vraiment des petits bijoux ». Les méthodes de travail tout comme le contenu des prestations insistent sur le ralentissement du temps vécu pour « faire les choses au rythme des "populations locales" », et prendre le temps de découvrir. La relation privilégiée avec les partenaires locaux constitue un gage de maîtrise de l'activité par ces partenaires, mais aussi de qualité de la prestation. Ce discours est marqué par le modèle du petit artisan qui proposerait une relation personnalisée au client, et une prestation unique, dans l'amour du travail bien fait. Il crée à nouveau de la différence avec le tourisme de randonnée et d'aventure ; il reprend son discours sur la nécessité de prendre du temps pour rencontrer l'autre, et sur le « caractère passionné de l'activité » [Passavant, 1996]. Il souligne néanmoins la différence entre les rencon-

12. Nous analysons ici des discours. Pour une analyse de l'application de ces principes dans un cas précis et de ses ambiguïtés [Chabloz, 2004].

tres proposées, avec des arrêts dans des villages là où d'autres seraient plus pressés et intéressés essentiellement par le paysage ou la performance sportive. Il dénonce aussi la dérive de ces entreprises de tourisme, handicapées par leur taille.

Ils sont obligés de travailler avec des agences locales, importantes, qui leur proposent 15 circuits. Je crois que même si c'est pas de l'industrie, ces grosses machines, c'est de la semi industrie, et entre des artisans et de l'industrie, souvent les rapports humains sont pas les mêmes, tout simplement. Non, chaque guide on connaît, chaque destination on connaît, il y a toute une dimension humaine qu'une grosse structure ne peut pas avoir (Membre Fondateur de *Croq Nature*, entretien, novembre 2005).

La bonne réalisation de ce tourisme suppose la préparation des voyageurs, qui doivent apprendre à se rendre disponibles à cette rencontre et entret, par leur déplacement, dans une relation durable privilégiée avec un village ou un partenaire. Ce tourisme se présente comme un tourisme à dimension humaine, qui permet un accès différent à la vie des gens. Il ne s'agit pas seulement d'un accueil réalisé par la population locale, mais d'un contact qui permettrait alors de « sortir le touriste de son état de touriste » [Girard, 1996].

Le discours ainsi formé permet de transformer des activités associatives différentes en activités de tourisme solidaire. L'analyse de la mobilisation de la catégorie de « population locale » montre comment les rhétoriques touristiques et d'aide au développement s'articulent et se renforcent, tout en relevant d'un équilibre fragile. Cette catégorie n'est pas clairement délimitée, mais permet au groupe de creuser la différence avec d'autres voyageurs. Elle permet de fonder la légitimité morale des associations qui y sont affiliées. La catégorie de « population locale » englobe des réalités très différentes regroupées sous le même discours collectif. Ne serait-ce que parce que l'histoire de chaque association est différente. Chaque association s'ajuste à sa façon à ce discours collectif en fonction de la fidélité à son histoire, et de la définition des enjeux de son activité.

La mobilisation différenciée de la « population locale » du tourisme solidaire : transmettre une forme idéale du lien avec cette population

La représentation de l'autre et le travail sur le regard des touristes constitue un enjeu important pour chaque association. D'une part, il relève d'un enjeu militant : remplacer des représentations communes sur les pays et les populations visitées par une autre vision définie comme plus souhaitable. D'autre part, il participe à la réalisation d'une forme d'enchantement [Winkin, 1996] touristique et militant. L'enjeu militant est d'autant plus important que ce tourisme est présenté comme un « échange » et que les populations visitées doivent devenir maîtresses d'œuvre, et choisir ce qu'elles échangent avec les touristes. Les associations s'appuient sur une longue tradition critique des images diffusées par le langage touristique décrite par Alain Girard [Girard, 2004], et veulent rompre avec un discours publicitaire touristique qui gomme les tensions sociales et politiques et ne met en avant que la beauté d'un paysage et d'indigènes heureux. Elles soulignent volontiers, lors de conférences, qu'elles ne vendent pas du rêve, mais une réalité objective.

Cette « réalité objective » est néanmoins travaillée par des discours sur le lien souhaité avec les populations locales. Ces discours s'appuient sur des représentations d'entraide humanitaire, et de solidarité qui bénéficient d'une extrême faveur [Dauvin, Siméant, 2004], tout en rejetant la représentation victimaire mise en avant dans les campagnes de don [Mesnard, 2004]¹³. Toutes les associations se retrouvent dans un rejet de l'exotisme ainsi que de l'attitude charitable, tout en jouant, pour créer un échange équilibré. « Il s'agit de ne pas se tromper de tourisme ; ni tourisme humanitaire, ni tourisme ethnographique, simplement un tourisme d'échange et de rencontre » (source : brochure de Tourisme et développement solidaire TDS). Au sein même du réseau, les associations construisent et promeuvent chacune de manière plus ou moins volontariste une forme de lien idéal avec ces « autres lointains » [Collovald, Lechien, Rozier, Willemez, 2002]. Nous extrayons des discours des associations différents registres de construction du lien avec l'autre qui informent les perceptions des clients. Pour cela, nous présenterons différentes associations qui mobilisent le plus fortement un de ces registres en forçant le trait. Au sein de chaque association, les différents registres peuvent être mobilisés par les membres pour donner du sens à leur activité, et ceux-ci adoptent des positionnements différenciés, qu'il s'agisse des membres impliqués et actifs ou des touristes occasionnels. C'est à la croisée de ces différents registres que s'est formée la catégorie de population locale telle que nous l'avons présentée plus haut. Chaque forme est néanmoins sous-tendue par des idéologies différentes : elles peuvent coexister au sein de groupe, mais sont aussi à la source de débats animés, et peut-être l'une de ces formes sera-t-elle appelée à devenir dominante.

Le registre « développementiste » : travail avec un collectif et responsabilisation de la population locale

Au vu de l'historique de TDS et de son projet [Chabloz, 2004], cette association s'appuie sur le registre développementiste ; elle situe sa légitimité dans la mise en place de méthodologies spécifiques, de capacités d'expertises, et contribue à diffuser le thème auprès des institutions, et en particulier auprès de la Direction Générale de la Coopération Internationale et du Développement, des instances de coopération décentralisées et des agences de développement. Comme le souligne fréquemment son président : « une association n'est pas là pour vendre des voyages et faire de l'argent, mais pour vendre des idées ». Ils contribuent à modeler une image de la population rencontrée dans le tourisme étroitement liée à la manière de faire valoir l'efficacité de leur action. C'est en effet souvent un village dans son ensemble qui reçoit et qui se prend en main pour s'organiser collectivement. Des entretiens avec de futurs touristes ayant participé à la préparation du voyage mettent en avant l'insistance de l'association sur le fait de travailler avec un collectif. « On nous a bien dit : il y a des associations qui travaillent avec des

13. Cette représentation est elle-même critiquée au sein des organisations humanitaires. Notons que les populations avec lesquelles échangent ces associations ne sont pas des personnes souffrant de déportation, de guerre ou de famines. Ce sont néanmoins des populations présentées comme « défavorisées » et dont les conditions de vie diffèrent radicalement de celles des touristes.

familles, et les familles, elles s'enrichissent, mais pas les autres, alors cela, ce n'est pas solidaire » (touriste, décembre 2003). C'est bien le « village » qui accueille, et non des prestataires ou des personnes. Le but poursuivi est la « responsabilisation de la population locale ». C'est cette vision qui est transmise à travers les témoignages issus du vécu des voyageurs sélectionnés et présentés sur le site par l'association.

Extraits de témoignages spontanés mis sur site Internet par TDS sur leur site¹⁴, source : <http://www.tourisme-dev-solidaires.org/temoi/temoi.htm> :

Notre ressenti : Ce sont des gens qui veulent faire évoluer la vie de leur village, et qui ont déjà réussi des choses importantes : le taux de fréquentation de l'école a déjà augmenté de manière significative à la dernière rentrée, et un certain nombre de messages concernant l'hygiène sont passés au niveau de la population. Leur enthousiasme est d'autant plus vif qu'ils sentent que les choses peuvent continuer à s'améliorer pour eux de manière significative. Le modèle que TDS met en place n'est certes pas la panacée universelle qui peut se décliner partout, mais correspond bien à un contexte rural adapté à la culture des gens du Burkina Faso. Pour nous, c'est un réel espoir de permettre à des villages de se prendre en charge et de faire évoluer toute la population (et non une poignée de privilégiés). Roland et Françoise, séjour 2001 à Doudou.

Cette approche a pu déconcerter des personnes présentes à un réunion d'information, qui craignent que la série de visites officielles proposées lors de la présentation ne ressemble plus au travail d'une délégation qu'à du tourisme, où se demandant quelles sont les activités sur place. Ce registre peut entrer en tension avec les registres défendus par d'autres associations qui visent, eux aussi, à casser les stéréotypes d'une autre manière.

Le registre marchand, entreprise et relation de travail avec des entrepreneurs

Le fondateur de l'association *Croq Nature* souligne fréquemment que « le but de l'histoire, quand même, c'est qu'il y ait le plus d'argent possible qui reste là-bas ». La réussite économique en France permet non seulement la survie de l'activité associative, mais est aussi présentée comme une preuve de l'efficacité de l'action. Certes, le pourcentage solidaire collecté doit servir à des projets d'intérêt collectif, mais le partenaire sur place est présenté comme une personne en qui on a confiance. Face à une association comme TDS qui met en avant le travail avec un collectif, le représentant de *Croq Nature* souligne qu'« on travaille toujours avec un individu, une personne de confiance, on le sait très bien », après, le but c'est que tout le monde en profite. Dans ce registre, c'est le pragmatisme qui prime, avec une politique sociale affichée et claire, et des versements réguliers pour le collectif, qui permet la mise en place de projets de développement ; le contrôle effectué par l'association Amitié Franco Touarègue est comparable à un contrôle effectué par des inspecteurs des impôts. C'est le travail qui permet d'assurer sa dignité, comme

14. Nous avons ici sélectionné l'extrait qui nous permet de mettre particulièrement en avant le type développementiste, mais il y a des différences entre les témoignages.

dans le slogan « *Trade not Aid* » (du commerce, non de l'aide) mis en avant par le commerce équitable. La relation de prestation est acceptée et valorisée. Il souligne qu'il refuse systématiquement les demandes de stage pour « aller là bas ». Les gens ont besoin de travailler mais n'ont pas besoin qu'on travaille pour eux. La relation sous-jacente idéale est la relation avec des petits entrepreneurs, avec des professionnels compétents et bien payés, heureux de réaliser leur travail. C'est la relation de travail qui est mise en avant, le salarié en France, même pendant ses vacances, comprend le salarié du tourisme¹⁵. L'enjeu, en France, est « de piquer les autres prestataires de tourisme là où cela fait mal », en gagnant des clients et en les poussant à plus de transparence.

Le registre de la relation personnelle privilégiée

Il existe un autre registre qui permet casser la distance, celui de la relation émotionnelle mettant en avant un lien exclusif avec une famille. *La case d'Alidou* nous semble à ce titre emblématique : cette association propose un séjour d'une semaine dans la concession d'un village au Burkina Faso. Les membres de cette association ne visent pas la professionnalisation¹⁶, l'enjeu mis en avant est la réaffirmation constante d'un lien d'amitié construit pendant vingt ans avec une famille. L'association souligne son caractère familial. L'histoire de son fondateur est présentée comme unique, faite de plein choses partagées, et non reproductible. L'enjeu, pour lui, est de casser la distance par l'émotion. Il voudrait aussi que l'association permette aux touristes de vivre une émotion qu'il a lui-même vécue en se déplaçant plusieurs fois en Afrique. Il fait ainsi un travail d'éducation en luttant contre les préjugés. Il est très attentif à la progression psychologique des touristes pendant le séjour, et souhaite que ceux-ci profitent pleinement du miroir que leur tend l'Afrique. Il insiste aussi sur la volonté « d'aller jusqu'au bout du délire » comme dans l'exemple de la bataille d'eau ci-dessous.

... Je trouve cela aussi très parlant. Autant, nous, on est arrivé avec ce qu'on a appelé la charte éthique, rédigée, signée, avec nos trucs bien propres, bien tout ça, autant là, à ce dernier voyage, (...) maintenant il y a une espèce d'ambiance entre les deux parties, Mariatou s'est même payé le luxe de prendre une calebasse d'eau et de la verser sur la tête de Vincent, et cela a dégénéré en bataille d'eau entre les blancs et les noirs... Dans un pays, on dit à tous nos voyageurs surtout quand vous y allez, il faut économiser l'eau, à la louche... Tu comprends ce que je veux dire... Je te parlais de modernisme tout à l'heure, je te parlais de tout ça, moi je suis très fier de ça... De ce qui s'est passé... Ça montre bien... Ça montre bien que on va tous apprendre de ce truc-là, c'est des gens comme toi et moi, qui ont besoin de se détendre comme toi et moi, la seule différence entre toi et moi c'est que eux ils ont un besoin vital (...) ils ont besoin de s'éclater comme toi et moi, ils ont besoin de délirer comme toi et

15. De fait, des outils de versements mensuels d'une activité périodique ont été mis en place.

16. Un membre de l'association a une expérience professionnelle longue dans le tourisme rural en France, et cherche à développer une activité de *consulting*. Cela explique en partie la raison pour laquelle *la Case d'Alidou* s'est rattachée au réseau et dotée d'un *agrément de voyage*, à la différence d'autres petites associations qui n'ont pas connu la même trajectoire et ne se sont pas rattachées au groupe.

moi et que ça, si on n'en est pas conscient, on va effectivement créer une distance entre eux et nous. Et c'est pas bon pour moi, c'est pas bon.

On voit dans les quelques témoignages qui suivent, eux aussi choisis par les responsables de l'association, la manière dont *la Case d'Alidou* met en avant le lien de personne à personne.

Extraits de paroles de voyageurs (source : www.case-alidou.com) :

Avant mon séjour à Gon Boussougou, à la question : « qu'est ce que *la Case d'Alidou*, je répondais : une association de tourisme équitable ». Aujourd'hui j'ajoute : « *La Case d'Alidou*, c'est Alidou, Abdoulaye, Mariatou, Koudougou, Marcelline et tous les autres...Et je n'ai qu'une envie continuer à apprendre et à comprendre... »

Il y a de très nombreuses petites associations familiales, dont l'activité est fondée sur l'entretien d'un lien avec des amis dans d'autres pays. L'inscription de cette association dans le réseau du « tourisme solidaire » a néanmoins sans doute contribué à infléchir son discours et ses pratiques, situant son activité dans un mouvement social plus large.

Le registre tiers-mondiste et la prise de parole des populations locales

Le dernier registre est tenu par des acteurs ayant commencé à s'intéresser aux « populations du Sud » dans un contexte tiers-mondiste, au début des années 1970¹⁷. L'autonomie de la « population du Sud » et sa prise de parole y sont valorisées par-dessus tout, ainsi que les débats et l'information nourrie d'études sur les conditions de vie des populations du Sud. Dora Valayer, présidente de l'association *Transverses*, et ancienne membre de l'association *Dev'tour* de réflexion sur le tourisme et le tiers-monde fondée en 1982 représente le mieux ce registre¹⁸. Le soupçon est entretenu envers « ces blancs bien gentils qui font du tourisme pour des blancs bien gentils » et les projets dans lesquels on peut déceler un projet personnel à la place de projets des « populations du Sud ». Elle souligne que le plus important, est que les populations là-bas disent quel tourisme elles veulent vraiment. C'est vers les migrants que Dora Valayer souligne qu'il convient de se tourner. Ce registre est aussi très présent dans l'association de Soutien à Mass Education (SME) [Picot, 2003], récemment transformée en Mass Education International (MEI), relais d'une grosse ONG indienne qui a elle-même pensé l'accueil des touristes. Un responsable au Comité Catholique contre la Faim et pour le Développement (CCFD) anime un réseau de tourisme solidaire sur la zone Méditerranée développé suite à « l'interpellation par les partenaires du Sud » [CCFD, 2004]. Il privilégie la cooptation entre partenaires du Sud et leur autonomisation et se méfie de la mise en place du label souhaité par les

17. Les acteurs que nous citons dans cette partie – sauf SME – n'appartiennent pas au groupe de l'UNAT, parce qu'ils ne vendent pas de prestations. Ils étaient cependant présents dans la première brochure de l'UNAT. Ils gardent des liens avec les associations du groupe de l'UNAT.

18. Ayant participé à la première brochure, elle est actuellement en marge du réseau actuel de l'UNAT, qui ne regroupe plus que des structures assurant la commercialisation.

associations de tourisme solidaire de l'UNAT. Les « populations du Sud » sont ici définies à travers les situations politiques auxquelles elles doivent faire face.

Un responsable du réseau Accueil Paysan, atelier tourisme solidaire, septembre 2005, 1^{er} Salon du commerce équitable, Minga, réalise ainsi le bilan de la rencontre de Dubrovnik organisée par le CCFD et lancement de l'atelier : « Nous ne voulons pas que le mot solidaire soit systématiquement associé aux notions de pauvreté, de pitié, ni même de militantisme qui risqueraient d'en accuser l'aspect marginal lié à une élite (...) Qu'est-ce qu'on a comme expérience dans nos pratiques, de ce qu'on a ... comme expérience vécue avec des pays africains ou ailleurs, des pays qui ont vécu la décolonisation ; des pays qui sont dans des situations de pauvreté... des pays qui sortent de régimes autoritaires, des pays qui sont... sur des situations encore très douloureuses de guerres ethniques etc.... mais avec lesquels on a engagé des pratiques d'échanges, de coopération, d'échange, les uns et les autres, mais aussi des pays ou commencent à organiser des rencontres entre gens du Sud, entre gens de l'Est ».

Dans ce cas, la relation touristique idéale est celle qui permet de s'informer et de servir de caisse de résonance aux difficultés économiques, liées à un devoir de prise de parole dans un combat commun.

Conclusion

Nous avons vu comment les membres de la commission tourisme solidaire de l'UNAT ont développé un discours collectif, amorcé une codification de leur activité et tracé ses frontières. Ils créent ainsi un nouveau territoire professionnel, marchand et militant – entre tourisme et solidarité internationale – en mobilisant des discours issus du tourisme et du commerce équitable. Ils présentent leur tourisme comme un bon tourisme ; la catégorie de « population locale » est au fondement de leur différence et de leur légitimité morale. Ce regroupement s'accompagne d'une requalification de pratiques auparavant dispersées. L'émergence de ce nouveau territoire hybride et instable est portée par des acteurs qui acceptent de qualifier leur activité de touristique, mais mettent en avant pour elles, et pour les touristes, une autre fin à cette activité. Chaque association développe sa propre manière de qualifier la population locale avec laquelle elle est en lien, en fonction de son histoire personnelle, mais aussi des parcours des fondateurs. Le discours collectif forgé tire sa richesse et son positionnement du mélange de ces quatre registres : développementiste, marchand, personnel, tiers-mondiste. Elles proposent ainsi au touriste des perceptions de l'activité réalisée et du lien établi avec l'autre. Entre ces différents registres se jouent des tensions et des concurrences idéologiques. Cette analyse pourra être utilement complétée par l'analyse, en cours, de la réappropriation de ces registres par les touristes. Il serait évidemment aussi nécessaire d'étudier si les acteurs englobés dans cette catégorie de population locale mobilisent eux-mêmes cette catégorie et la transforment. Ce travail est cependant au-delà du terrain que nous avons réalisé.

BIBLIOGRAPHIE

- BELLIA R. [2003], *Le tourisme solidaire et équitable en France et en Italie: une innovation portée par des réseaux ?*, mémoire de DESS, Université de Aix-Marseille 2, 141 p.
- BLANGY S., DUBOIS G. et KOUCHNER F. [2002], *Écotourisme, expériences françaises, guide de savoir-faire*. Paris, AFIT, 94 p.
- CCFD [2004], Séminaire sur le tourisme solidaire : élaboration d'une stratégie en tourisme solidaire. restitution de la rencontre de Dubrovnick (Croatie), Paris, 41 p.
- CHABLOZ N. [2004], *Tourisme solidaire au Burkina Faso : représentation de soi et de l'autre. Regards sur l'autre et rencontres entre visiteurs français et visités burkinabés*, mémoire de DEA, EHESS, 198 p.
- COLLOVALD A., LECHEN M.-H., ROZIER S., WILLEMEZ L. [2002], *L'humanitaire ou le management des dévouements. Enquête sur un militantisme de « solidarité internationale » en faveur du Tiers-Monde*, Rennes, PUR, 233 p.
- DANTE [2002], *Un carton rouge au tourisme ? 10 principes et défis pour un développement durable du tourisme au XXI^e siècle*, Bâle, DANTE, 50 p.
- DAUVIN P., SIMÉANT, J. [2004], *ONG et humanitaire*, Paris/Budapest/Torino, L'Harmattan, 276 p.
- EL-ALAOUI F. [1999], *Le tourisme équitable*, mémoire de DESS, ESG, 120 p.
- GIRARD A. [1996], *Expériences touristiques et régime du patrimoine culturel-naturel : éléments pour une sociologie critique du tourisme*, thèse de doctorat, Université de Aix-Marseille 1, 950 p.
- GIRARD A. [2004], « La reconnaissance/méconnaissance de l'autre dans l'esthétique touristique: la réduction folklorisante produit-elle la folklorisation des cultures ? », in *Les formes de la reconnaissance de l'autre en questions*, Perpignan, Presses Universitaires de Perpignan, p. 47-95.
- KADT E. [1980], *Tourisme, passeport pour le développement ? Regards sur les effets culturels et sociaux du tourisme dans les pays en développement*, Paris, Economica, 345 p.
- LANFANT M.-F. [2004], « L'appel à l'éthique et la référence universaliste », *Revue Tiers-monde*, vol. XLV, n° 178, p. 365-386.
- LE VELLY R. [2004], *Sociologie du marché ; Le commerce équitable : des échanges marchands contre le marché et dans le marché*, thèse de doctorat, Université de Nantes, 330 p.
- MESNARD P. [2004], « La visibilité des victimes. À partir de la représentation humanitaire », in *ONG et humanitaire*, Paris, L'Harmattan, p. 189-211.
- OLIVIER DE SARDAN J.-P. [1995], *Anthropologie et développement, essai en socio-anthropologie du changement social*, Paris, Karthala, 221 p.
- PASSAVANT E. [1996], *L'enchantement par le voyage. Étude du renouvellement d'un mysticisme laïc cultivé*, Paris, EHESS, 226-411 p.
- PICOT B. [2003], *L'ONG indienne Mass Education et son projet touristique : l'autre tourisme*, Paris, EHESS, 97 p.
- SCHÉOU B. [2005], *Éthique et Tourisme*, Paris, Le Conseil National du Tourisme, section « Question européennes et environnementales », 448 p.
- UNAT [2005], *Tourisme solidaire, des voyages vers l'essentiel*, Paris, UNAT, 72 p.
- UNAT, MAE [2005], *Le tourisme solidaire vu par les voyageurs français, notoriété, image et perspective ; synthèse*, Paris, 16 p.
- UNAT, RASERA C. [2002], *D'autres voyages, du tourisme à l'échange*, Paris, UNAT, MAE, Secrétariat d'État au Tourisme, 58 p.
- URBAIN J.-D. [1993], *L'idiot du voyage, histoires de touristes*, Paris, Plon, 280 p.
- WINKIN Y. [1996], « Le touriste et son double », in *Anthropologie de la communication*, Paris, Point Seuil, p. 205-224.

Vers une éthique du tourisme ? Les tensions à l'œuvre dans l'élaboration et l'appréhension des chartes de bonne conduite par les différents acteurs

*Nadège Chabloz**

La recherche d'une éthique dans les pratiques touristiques concerne surtout les relations entre, d'une part, les visiteurs et les voyageurs des pays occidentaux et, d'autre part, les hôtes des pays du Sud. Depuis une dizaine d'années, des chartes et des codes provenant aussi bien de gouvernements, de voyageurs, d'organisations mondiales que d'ONG ou d'associations¹ visent à « moraliser » le comportement des voyageurs et des touristes qui se rendent dans les pays du Sud. Sur le terrain, des associations et des ONG de tourisme dit « solidaire » ou « responsable »² mettent en place des formes de tourisme alternatif basé sur la découverte, la rencontre et le développement local. Ces formes de tourisme ont des fondements communs : contribuer au développement des populations d'accueil. Ce développement passe par la viabilité économique des projets et la maximisation des flux financiers en direction des populations d'accueil, la valorisation des patrimoines culturels et naturels des territoires concernés, ainsi que par « l'implication à tous les stades du projet des populations locales qui gardent la maîtrise des opérations liées à la mise en valeur touristique de leurs territoires, la minimisation des impacts négatifs tant sur l'environnement que sur les cultures » [Béville, 2004, p. 21].

Quant aux touristes, ils seraient, selon une étude récente³, de plus en plus sensibilisés au tourisme solidaire, même si ce marché, qui commence à s'organiser reste

* Doctorante en anthropologie sociale et ethnologie à l'EHESS Paris – vandenhabloz@hotmail.com.

1. Citons notamment l'élaboration du Code mondial d'éthique du tourisme par l'Organisation mondiale du tourisme (OMT) ; la Charte éthique du voyageur élaborée par le voyageur Atalante et qui a évolué en association « Agir pour un tourisme responsable » (ATR) visant la production d'un label non encore achevé ; l'élaboration de la Charte éthique du tourisme par le gouvernement français.

2. La plupart d'entre elles sont regroupées au sein de l'Union nationale des associations de tourisme (UNAT). Cette dernière regroupe les principales associations et organismes à but non lucratif de tourisme français (55 membres nationaux et 490 membres en régions) et comprend une vingtaine d'associations de voyages spécialisées dans le « tourisme solidaire ».

3. *Le tourisme solidaire vu par les voyageurs français*, UNAT, Ministère des Affaires Étrangères, Direction générale de la Coopération internationale et du Développement, mars 2005.

tout à fait marginal en France : entre 3 000 et 100 000 touristes par an selon les sources⁴. Si ces chartes et ces codes ont longtemps fait l'unanimité, car ils participent fortement à la « conscientisation » des touristes et des voyageurs, elles sont, depuis peu, sources de débats et de critiques de la part des experts. Les principales critiques portent sur le caractère non contraignant de ces chartes et de ces codes qui engage de fait très peu ceux qui les signent. Il est à l'heure actuelle difficile, voire impossible, d'évaluer l'application des principes annoncés dans les documents. Rien n'empêche donc certains voyageurs – même s'ils restent marginaux – d'utiliser le « tourisme solidaire » comme outil marketing pour attirer les « touristes éclairés » sans pour autant avoir une réelle démarche dans ce sens. C'est la raison pour laquelle les acteurs du tourisme solidaire souhaitent créer une sorte de label qui serait délivré en fonction d'une grille de critères, à l'exemple de celui de Max Havelaar pour les produits de commerce équitable.

Si Bernadette Ducret [2000, p. 52] reconnaît au Code mondial d'éthique le mérite « d'affirmer de grands principes et d'inciter à des prises de conscience susceptibles de favoriser l'émergence d'un tourisme respectueux des hommes, des cultures locales et de l'environnement, dans une tentative de conciliation du développement économique et de l'éthique », elle ne cache pas qu'il peut être considéré comme « un catalogue de la bonne conscience internationale ». Certains observateurs reprochent en effet aux touristes, aux voyageurs et aux organisations internationales d'acquiescer à une bonne conscience à moindre coût grâce à des chartes et à la mise en place de micro-projets « exemplaires » de développement par le tourisme, qui leur permettent « d'oublier » les enjeux globaux du tourisme et des échanges internationaux. Jean-Paul Céron et Ghislain Dubois [2002, p. 20] questionnent les problèmes des enjeux et des solutions qui résident dans ces initiatives liées à la problématique d'un tourisme « responsable ». Ils rappellent notamment que la possibilité d'un développement touristique dans les pays du Sud repose autant sur des politiques nationales d'incitation aux investissements, sur des choix d'infrastructures, sur la promotion et la commercialisation dans ces pays pour contrebalancer l'influence des grands tour-opérateurs du Nord, sur la formation ou l'accès aux technologies, que sur la mobilisation d'acteurs locaux avec l'aide des ONG. « Au delà de la bonne conscience du voyageur lorsqu'il visite une destination lointaine, une « éthique du tourisme » doit aussi se préoccuper de la manière dont le milliard de touristes internationaux supplémentaires que l'on attend dans les vingt prochaines années pourrait profiter à ceux qui en ont le plus besoin : les pays en développement. Or, tout se passe comme si, au nom des erreurs passées dans les pays du Nord, les acteurs impliqués dans ces pays, n'abordaient qu'avec réticence cette perspective. Le tourisme de masse, accusé de tous les maux, serait-il réservé aux destinations développées, les autres devant se

4. L'estimation de ce marché est très variable : l'UNAT indique qu'environ 3000 touristes partent avec ces associations chaque année. Selon Gilles Caire, économiste à l'université de Poitiers, en 2002, ce marché représente 50 000 voyages à l'étranger par an (estimation haute), soit 0,3 % des 17 millions de séjours personnels des Français à l'étranger. ATR (Agir pour un tourisme responsable) l'estime à 100 000 touristes par an selon l'enquête *Le tourisme solidaire vu par les voyageurs français*, op. cit., p. 3.

contenter de micro-projets, certes exemplaires, mais sans doute non réellement à la hauteur des enjeux ».

Mais les principales limites de ces chartes et codes seraient dues à la multiplicité et à la diversité des acteurs qu'ils impliquent. Comment élaborer des règles qui soient acceptables pour des acteurs aussi différents que l'Organisation mondiale du tourisme, un pays du Sud, un voyageur du Nord ? De nombreuses tensions sont à l'œuvre entre les cultures et les intérêts des différents protagonistes.

Il est par exemple reproché au Code mondial d'éthique d'énoncer des principes d'actions qui font référence à des valeurs qui n'ont pas forcément le même ordre de priorité dans tous les pays. Bernadette Ducret [2000, p. 52] rappelle l'existence d'approches différentes, voire d'affrontements de valeurs entre les pays qui considèrent que les droits de l'homme ou la sauvegarde du patrimoine naturel sont prioritaires et ceux qui privilégient le développement économique et l'éradication de la pauvreté. Les difficultés liées à la recherche d'un consensus international dans la détermination d'actions en référence à des choix de valeurs sont importantes. En effet, ces valeurs peuvent elles-mêmes faire l'objet de priorités distinctes suivant les pays, en fonction de leurs propres caractéristiques, socioculturelles, religieuses, ou de leur niveau de développement. Il s'agirait donc d'être vigilant, « du fait de l'orientation des flux touristiques, qui s'exercent le plus souvent dans le sens Nord-Sud (...), de ne pas faire percevoir d'éventuelles initiatives communes européennes comme émanant de pays donneurs de leçons ou parangons d'un nouvel ordre mondial ».

Les autres critiques sur ces chartes et codes concernent le conflit d'intérêts qui se révèle parfois entre la recherche d'une éthique de la part des organisations et leurs missions. L'exemple le plus flagrant réside peut-être dans le conflit d'intérêts qui existe entre la volonté de l'OMT de favoriser le développement durable à travers le tourisme et sa mission qui consiste à développer le tourisme. Or, qui dit développement du tourisme, dit accroissement du trafic aérien, qui contribue fortement à l'effet de serre. Il est ainsi reproché aux acteurs du tourisme de se focaliser sur l'échelle locale en oubliant volontairement de considérer l'échelle globale.

Au niveau international, les limites de la mise en place d'une éthique du tourisme à travers des chartes et des codes seraient donc dues, dans une large part, à quatre facteurs : caractère volontaire donc non contraignant de ces chartes, diversité des acteurs et de leurs valeurs, focalisation sur l'échelle locale au détriment des enjeux globaux, conflits d'intérêts entre la recherche d'une éthique et la mission des organismes.

L'étude d'une charte précise, élaborée par une ONG de développement, permet de rendre compte des difficultés liées à la recherche d'une éthique des pratiques touristiques et à son application sur le terrain.

Tourisme & Développement Solidaires (TDS) (voir encadré) est une association française de tourisme avec statut d'ONG de développement qui propose une forme de tourisme « responsable et solidaire ». TDS propose aux touristes des voyages « d'immersion dans un village africain »⁵ et a créé « un modèle fondé sur la vision

d'un tourisme de rencontre et d'échanges dans des Villages d'Accueil africains et sur la responsabilisation de structures locales qui vont utiliser les fruits de cette activité pour leur propre développement »⁶. TDS a formé les habitants de quatre villages au Burkina Faso et de deux au Bénin pour accueillir, par petits groupes, environ 300 touristes par an. Le village de Doudou, en pays gourounsi au Burkina Faso, a été le premier à accueillir des touristes français par l'intermédiaire de TDS en 1999. Trois ans après, une « charte du tourisme en Village d'accueil TDS » est créée. Cette charte – contrat tripartite signé par TDS, les villageois et les touristes – comprend 23 « articles » répartis en trois paragraphes : « les engagements des Villages d'Accueil », « les engagements du voyageur », « les engagements de TDS ». Elle est inscrite dans la brochure de l'association, remise aux touristes avant leur départ (elle est également téléchargeable sur le site internet de TDS : <http://www.tourisme-dev-solidaires.org/qui/charte.htm>). Il semble que l'idée de création de cette charte provienne aussi bien des dirigeants de TDS que des villageois de Doudou⁷. Selon Pierre Martin Gousset, co-fondateur de TDS, l'idée de la création d'un « code de bonne conduite » était inscrite dès le début dans le projet de l'association, mais ses dirigeants souhaitaient associer les villages à son élaboration. La volonté d'établir des règles de conduite est venue des Doudoulais qui ont été confrontés à un problème avec un touriste (plus ou moins exhibitionniste) lors des premiers séjours. D'après TDS, c'est cet événement qui a provoqué la mise en place de la charte et de l'accompagnateur l'année suivante.

Même si les acteurs, les enjeux et les contextes d'élaboration des différentes chartes sont profondément différents, il est intéressant de noter que dans la charte de TDS, on retrouve quasiment les mêmes thèmes⁸ que dans le Code mondial d'éthique du tourisme élaboré par l'OMT en 1999, à savoir :

– **Respect** : respecter les traditions. Se garder de tout comportement ressenti comme choquant ou blessant par les populations locales. Respect de l'environnement.

– **Information** : touristes comme autochtones doivent s'informer des us et coutumes des uns et des autres pour ne pas risquer de se heurter mutuellement. Pour cela, les visités seront formés et les visiteurs seront informés avant leur départ.

5. « Faire du tourisme un levier pour le développement de l'Afrique et offrir à nos voyageurs une immersion dans un village africain, tel est le double objectif de notre association », dans la brochure de TDS « Circuits et séjours découvertes en Villages d'Accueil TDS », Saison 2005-2006, p. 3.

6. *Carnet de séjours en villages d'accueil TDS*, brochure 2003/2004, p. 2.

7. « (...) ces villages et TDS ont souhaité préciser ensemble les principes fondateurs de leurs engagements et ceux des voyageurs. Ils ont finalisé la présente charte du tourisme en villages d'accueil au cours d'un passionnant forum organisé à Zigla koulpélé en mai 2002 » : *Carnet de séjour en villages d'accueil TDS*, *op. cit.*, p. 6.

8. À l'exception cependant des thèmes liés au « Droit du tourisme » (la possibilité d'accéder à la découverte des richesses de la planète constitue un droit ouvert à tous les habitants du monde) et à la « Liberté des déplacements touristiques ».

– **Épanouissement, rencontre interculturelle** : le tourisme, moyen privilégié de l'épanouissement individuel et collectif, auto-éducation personnelle, tolérance mutuelle et apprentissage des différences légitimes entre peuples et cultures, de leur diversité.

– **Développement durable** : sauvegarder l'environnement et les ressources naturelles, étalemment dans le temps et dans l'espace des touristes.

– **Valoriser le patrimoine culturel** : ex. l'activité touristique doit être conçue de manière à permettre la survie et l'épanouissement des productions culturelles ainsi que du folklore et non à provoquer leur standardisation et leur appauvrissement.

– **Participation et répartition équitables** : les populations locales sont associées aux activités touristiques et participent équitablement aux bénéfices économiques, sociaux et culturels qu'elles génèrent, et spécialement aux créations d'emplois directs et indirects qui en résultent.

– **Sécurité** : santé, rapatriement.

Ghislain Dubois et Jean-Paul Céron identifient quatre filiations idéologiques aux conceptions de l'éthique liée au tourisme (filiation professionnelle, mouvement écologique, environnementalistes, développement local). Si l'on s'en tient à cette classification, la filiation idéologique de TDS semble s'inscrire dans celle du développement local « mouvement issu à la fois d'une volonté décentralisatrice technocratique, animée en particulier par la DATAR, et de divers mouvements : régionalistes (attachés à la décentralisation), néo-ruraux issus de mai 1968, courants remettant en cause le productivisme agricole. L'éthique est ici très axée sur l'identité, le patrimoine, le contact » [Céron, Dubois, 2000, p. 20]. Ces experts notent d'ailleurs qu'en fonction de leur catégorie, les acteurs susceptibles de participer à l'élaboration d'une éthique dans le tourisme, possèdent leur propre vision et leur propre champs d'action. Ils estiment ainsi que les associations et les ONG possèdent un arrière plan tiers-mondiste et focalisent d'abord leur attention sur le rapport aux sociétés locales. On peut donc s'attendre à ce qu'elles tentent de cadrer les comportements des touristes et des opérateurs privés, de façon à éviter la déstructuration des sociétés locales, avec des normes pouvant conduire à préconiser des limitations plus ou moins sévères de l'activité touristique. Elles insisteront également sur un partage plus équitable des bénéfices du tourisme, c'est-à-dire beaucoup plus favorable aux sociétés locales, ainsi que sur une maîtrise locale du développement touristique.

Sans pousser plus avant dans la démonstration de l'affiliation idéologique de l'éthique présente dans la « charte du tourisme en Villages d'Accueil TDS », il apparaît important de souligner que cette charte, loin de « tomber du ciel » est fortement imprégnée d'idéologies provenant de différents mouvements de pensée occidentale et participe à la construction de la légitimité du tourisme solidaire à travers notamment un certain registre du lien avec la population locale⁹.

9. Voir article de C. Cravatte dans ce numéro.

Ces idéologies, qui tendent à régir sur le terrain les relations entre visiteurs et visités notamment à travers la charte, permettent de mieux comprendre les tensions qui sont à l'œuvre entre les différents protagonistes de la rencontre : TDS, les touristes et les villageois. En effet, si la recherche d'une éthique dans le tourisme commence à faire l'objet d'études¹⁰, la façon dont est appliquée cette éthique sur le terrain par les différents acteurs est peu connue. L'idéologie ayant trait au « développement local » tel que le conçoit TDS est structurante de la « charte du tourisme en Villages d'Accueil TDS » et apparaît en filigrane dans plusieurs articles de cette charte (notamment ceux concernant les cadeaux et le fonctionnement collectif). Cette idéologie représente également le principal point d'achoppement entre TDS, le personnel du campement touristique et les touristes. L'observation participante dans le village de Doudou¹¹, et l'analyse des interactions entre les différents acteurs [Goffman, 1973] permet de montrer de quelle façon les protagonistes de l'accueil touristique s'approprient, adaptent, détournent ou rejettent les « règles de conduite » en fonction de leur propre conception du « développement »¹² mais aussi de leurs intérêts.

Sans entreprendre ici une « anthropologie du développement », il est cependant intéressant de souligner qu'à l'instar de la « rencontre touristique », le « développement » a comme particularité de faire se rencontrer des acteurs sociaux issus de mondes très divers. Leurs statuts professionnels, leurs normes d'action, leurs compétences, leurs ressources cognitives et symboliques, leurs stratégies diffèrent considérablement [Olivier de Sardan, 2002, p. 758].

Une charte à l'épreuve d'un séjour

Les touristes que nous avons suivis, et dans leur grande majorité, ceux qui partent avec TDS, perçoivent la « charte du tourisme en Village d'Accueil TDS » qui leur est remise avant leur départ, comme une « aide » sur la conduite à tenir, même s'ils la considèrent parfois comme trop présente dans les relations entre

10. Citons notamment les ouvrages de B. Martin (dir.), *Voyager autrement* ; P. Amalou, H. Barioulet, F. Vellas, *Tourisme, éthique et développement*, ainsi que les articles de la revue *Espaces* et le site internet www.tourisme-durable.net.

11. Mon observation porte sur un séjour qui s'est déroulé dans un village (parmi les six villages labellisés TDS). Les Doudoulois, TDS et les touristes étaient informés de mon travail de recherche, mais mon « statut » (à la demande de TDS) était celui d'une touriste : j'ai payé mon séjour comme les autres touristes, je dormais et prenais mes repas avec eux, je participais aux activités et aux conversations. J'ai observé en janvier 2004 un groupe de touristes (constitué de huit personnes dont une représentante de TDS et moi-même) venus passer 10 jours à Doudou, un village gourounsi du Burkina Faso, situé à 150 km à l'ouest de Ouagadougou et habité par 4000 habitants, dont la grande majorité vit de l'agriculture et est de religion chrétienne. J'ai d'une part étudié le contexte de cette rencontre touristique et d'autre part observé les interactions entre visiteurs et visités dans le village de Doudou, dans le cadre d'un mémoire de DEA : N. Chabloz, *Tourisme solidaire au Burkina Faso : pratiques et représentations de soi et de l'autre. Regards sur l'autre et rencontres entre visiteurs français et visités burkinabé*.

12. On peut définir le « développement » comme l'ensemble des processus sociaux induits par des opérations volontaristes de transformation d'un milieu social, entreprises par le biais d'institutions ou d'acteurs extérieurs à ce milieu, et reposant sur une tentative de greffe de ressources, de techniques et/ou de savoirs : J.-P. Olivier de Sardan, « Anthropologie du développement », in Bonte-Izard, *Dictionnaire de l'ethnologie et de l'anthropologie*.

touristes et habitants. Du côté des habitants, en revanche, les articles de cette charte concernant le « développement » en général et les « cadeaux » en particulier, fait l'objet de vifs débats. Les différences de représentations des différents acteurs concernant le « développement local » s'observent à travers l'application sur le terrain de plusieurs articles de cette charte. En confrontant ces articles de la charte¹³ avec les observations et les entretiens menés auprès des touristes et des habitants du village¹⁴ lors d'un séjour à Doudou, il devient possible de rendre compte des difficultés d'application des règles tendant à « moraliser » le tourisme. L'analyse de l'appropriation, du détournement ou du rejet de ces règles par les différents protagonistes de la rencontre touristique – que ce soient les touristes, les habitants ou TDS – permet de mieux comprendre les décalages de représentations qui existent entre les discours et les textes produits sur « la morale » de la rencontre touristique, et leur appréhension par les différents acteurs.

Des cadeaux empoisonnés pour les uns, manipulés par les autres

Deux articles de la charte demandent aux touristes de ne pas faire de cadeaux, et aux habitants de ne pas en demander, afin de préserver la « cohésion sociale des communautés villageoises ».

– (...) Le don matériel ou financier, surtout s'il est individuel ou prémédité, est totalement déplacé : il dénature la valeur même de l'échange, contrevient à l'esprit de la démarche, crée des dépendances et des besoins, suscite des jalousies et la mendicité ou provoque la démobilisation. En conséquence, le voyageur s'abstient de tout cadeau tout au long de son séjour.

– Pour (...) préserver la cohésion sociale des communautés villageoises, les villages d'Accueil sensibilisent et veillent à ce que ses membres ne sollicitent pas les voyageurs pour recevoir à titre personnel un don matériel ou financier.

Cette règle de la charte fait l'objet de polémiques. Pour TDS, le « cadeau » est « la traduction la plus manifeste des dérives des formes traditionnelles de tourisme en Afrique et dans les pays du Sud, d'une relation du touriste avec les autres lorsqu'ils sont dans un contexte économique faible. Une relation extrêmement déstabilisante pour les sociétés locales ». Selon Pierre Martin Gousset, le cadeau nierait la valeur du travail, ainsi que toutes valeurs, car il serait donné le plus souvent à mauvais escient,

13. Les articles cités sont issus de la « Charte du tourisme en Villages d'Accueil TDS », dans la brochure « Circuits et séjours découvertes en Villages d'Accueil TDS », p. 16-17.

14. Les villageois que nous avons observés et avec lesquels nous avons mené des entretiens étaient principalement des membres du campement touristique de Doudou (guides, animateurs, gérant, cuisinières, responsable du magasin de souvenirs, gardiens), ce qui représente une quinzaine de personnes. Nous avons également mené des entretiens approfondis avec les « notables » du village : directrice de l'école, instituteurs (non originaires de Doudou), prêtre de l'église pentecôtiste, chef du village, chef de terre, artisans. Par ailleurs, les instituteurs, à notre demande, ont demandé aux élèves des deux classes de CM2 du village de rédiger une rédaction, afin de connaître leurs représentations liées à la présence des touristes à Doudou. Les autres habitants (quasiment tous agriculteurs) n'ont pas fait partie de notre observation, car il est rapidement apparu que les touristes ne rencontraient que les personnes citées ci-dessus, qui sont en outre les seuls habitants du village à parler le Français. Il a également été difficile de mener des entretiens avec des femmes, car elles sont tenues à l'écart des touristes par les hommes, et leurs réponses à nos questions étaient trop évasives pour être analysées.

sans conscience, pour se dédouaner. En plus de fausser la relation entre le touriste et la population en créant « immanquablement des distorsions entre ceux qui sont en contact avec les touristes et ceux qui ne le sont pas » – le cadeau serait l'une des causes principales du « mal développement ». En revanche, TDS ne se montre pas opposé au fait que les touristes, une fois revenus en France, adressent une aide ou un don au village par le biais de la CVGT (Commission Villageoise de Gestion des Terroirs). Pierre Martin Gousset pense en effet que les touristes ne seraient pas en mesure sur place de faire un don approprié, car « l'affectivité, l'émotivité est très grande de la part des gens. C'est une position très difficile à tenir ».

Les touristes semblent adhérer à cette règle et pensent comme TDS que s'ils ne s'y pliaient pas, les villageois seraient forcément amenés à mendier et que cela créerait des rivalités dans le village. Pourtant, la plupart des touristes ne peuvent s'empêcher de « jouer aux bienfaiteurs », en allant par exemple apporter des bonbons à l'école, ou bien des cahiers et des stylos, ou encore en finançant la réparation du métier à tisser d'une villageoise pour pouvoir profiter de cette « activité », ou de donner de l'argent pendant des funérailles pour offrir un fût de dolo (bière locale). Ils s'appliquent à respecter cette règle mais n'y parviennent pas tout à fait, comme si le fait d'avoir payé leur voyage et de savoir que les bénéficiaires iront au développement du village ne leur suffisait pas. Ils veulent donner « quelque chose en plus », comme pour soulager leur culpabilité d'être occidentaux, comme pour s'excuser d'être là en tant que touriste, justifier leur venue par un don supplémentaire. Si le cadeau pour les touristes constitue souvent le règlement d'une culpabilité, il prend également la forme d'un acte d'autorité entre touristes. Il existe en effet une véritable pression implicite du « don » de la part des touristes qui souhaitent donner, envers ceux qui hésitent ou sont réticents. Les initiateurs, qui sont toujours les mêmes, demandent donc publiquement aux autres touristes s'ils sont d'accord pour faire un don sur la caisse collective (les touristes en début de séjour ont tous mis de l'argent en commun pour payer les frais courants), ce à quoi les touristes hésitants ne peuvent refuser, sous peine d'être considérés par l'assistance comme des « avarés » ou des « égoïstes ». Ainsi, le cadeau des touristes aux villageois peut être analysé aussi bien comme servant à se libérer d'une culpabilité, à exercer un pouvoir sur les autres touristes mais aussi à se mettre en valeur vis-à-vis des tiers et de soi-même.

Du côté des villageois, certains reprochent à TDS de « freiner le développement du village » en interdisant les cadeaux. Contrairement aux fondateurs de TDS, les guides et personnels du campement touristique pensent qu'interdire les cadeaux, c'est « tuer la relation »¹⁵ : « tout le monde se fait des cadeaux en Afrique, c'est culturel. Si un enfant offre un oignon à un voyageur, est-ce qu'il va le refuser ? Ce sont des marques d'amitié et de reconnaissance. Si on interdit les cadeaux, les villageois vont en avoir marre, ils vont se dire, je laisse tomber, ceux-là ils ne valent pas le coup, ils sont pauvres. Et puis les rivalités et la jalousie, elles existent de toutes façons, on a pas attendu les touristes pour cela. C'est chacun sa chance ». Plusieurs

15. Concernant le rôle et l'importance du don dans le fonctionnement des sociétés et dans la constitution du lien social, se référer notamment aux ouvrages de Mauss, Godelier, Godbout [voir bibliographie].

membres du personnel du campement, que ce soit de Doudou, de Zigla ou de Koïrézéna, estiment que le chapitre sur les cadeaux n'a pas fait l'objet d'une réelle concertation avec les villageois mais a été « terminé en France par TDS ». Quant aux habitants, s'ils admettent pour la plupart que la distribution de cadeaux individuels créeraient des problèmes au sein du village, beaucoup en veulent à TDS d'avoir institué cette règle. Ils la rejettent et la détournent. Les guides et les animateurs ne demandent en effet pas de « cadeaux » aux touristes, mais ont créé pour certains une stratégie qui consiste à sympathiser avec un touriste pour ensuite lui demander de l'aider pour un « projet personnel » : construction de puits, élevage de volailles, financement d'une tournée musicale, etc.

Ainsi, la règle de la charte concernant les cadeaux est détournée aussi bien par les visiteurs que par les visités. D'un côté les visiteurs ne peuvent s'empêcher de jouer aux bienfaiteurs en distribuant des cadeaux plus ou moins collectifs, de l'autre certains visités ne demandent pas de cadeaux mais sollicitent les voyageurs pour des « projets personnels », qui disent-ils, profitent mieux au développement du village que les projets collectifs.

Deux visions opposées du développement : collectif pour TDS, individuel pour les habitants

La notion de « développement collectif » se retrouve dans les règles de la charte du tourisme en village d'accueil. TDS conçoit le tourisme comme un levier de développement collectif.

- Les Villages d'Accueil organisent et animent collectivement une activité d'échanges et de rencontres à vocation touristique qui valorise leur culture, leurs traditions, leur patrimoine et leur environnement dans un esprit d'ouverture vers l'Autre et le souci d'un développement durable des communautés villageoises et de leurs terroirs.

- Les villages d'Accueil réinvestissent les bénéfices moraux et financiers tirés de leurs activités touristiques dans des actions et projets collectifs contribuant au développement durable des communautés d'accueil.

Ils veillent à une redistribution équitable des revenus dégagés par le financement de ses activités : juste rétribution du personnel d'accueil et des services et produits achetés, priorité à valeurs équivalentes aux productions et prestations locales, etc.

Pour TDS, la dimension « solidaire » du tourisme mis en place dans ces villages réside notamment dans le fait que les bénéfices engendrés par l'accueil touristique doivent financer des projets collectifs, destinés au mieux-être de tout le village. TDS s'est efforcée de mettre en place un système de gestion « démocratique et collective » des bénéfices du tourisme, notamment à travers la Commission Villageoise de Gestion des Terroirs (CVGT), afin « d'éviter que seulement quelques familles profitent du tourisme ». Cette règle est plus ou moins appliquée à Doudou. Si les besoins en termes de développement ont été définis en concertation avec les villageois dans le cadre d'un plan villageois de développement, il apparaît en janvier 2004, après cinq ans d'accueil touristique avec TDS,

que de plus en plus de voix dissonantes se font entendre à ce sujet. Certains villageois se demandent par où le développement doit commencer, et que « c'est bien beau de construire des écoles et des dispensaires si les villageois n'ont pas les moyens d'y envoyer leurs enfants et de s'y faire soigner ». Pour certains villageois, le développement qui passerait par les groupements villageois ne peut pas fonctionner et la solution résiderait donc dans le financement de projets personnels :

Un habitant : Si on œuvre dans des projets personnels, il y aura plus de développement à Doudou que si on dit de travailler communément. Nous avons eu beaucoup d'années où on a essayé de mettre des groupements en marche, féminins comme masculins : dans la mentalité africaine, ça ne marche pas. Il y en a qui partent pour des funérailles pendant plusieurs jours, alors ceux qui restent tous seuls à travailler, ils sont découragés. Alors que les projets personnels servent pour tout le village. Cette année nous avons eu des gens qui ont fait du jardinage, ils ont donc pu acheter des mobylettes, ont construit leur propre maisonnette en tôle, peuvent acheter de quoi manger, se soigner, inscrire leurs enfants à l'école : c'est du développement. Moi si je n'ai pas de mobylette, je pars voir un ami, c'est à moi de fournir l'essence et c'est tout. Alors que si on disait de faire ensemble, on ne pourrait même pas acheter une mobylette. Et à la longue il suffit que les gens aient des projets personnels. Par exemple aider le projet d'un vétérinaire qui veut soigner la volaille à Doudou, c'est un développement pour tout le village.

Or, le développement à travers des « projets personnels » a toujours suscité la méfiance et la désapprobation de TDS, qui redoute que par ce biais, les bénéficiaires du tourisme ne profitent pas à tout le village mais seulement à quelques personnes. TDS ne se montre pas non plus favorable au « saupoudrage des fonds » pour de multiples petits projets, même « collectifs », et privilégie les réalisations « concrètes » : construction d'un logement pour un enseignant, construction d'un pont, équipement du dispensaire, etc. Il est difficile de déterminer si la vision du développement de TDS provient seulement des courants idéologiques évoqués ci-dessus, ou répond à la nécessité de présenter des projets « en dur » aux touristes et aux anciens touristes qui veulent savoir à quoi sert leur argent... ou bien encore si cette vision rend plus facile la gestion et le contrôle de l'utilisation des bénéficiaires liés au tourisme.

S'il est vrai que des infrastructures collectives ont bien été construites dans le village grâce en partie aux bénéficiaires liés à l'accueil touristique, les responsables du campement touristique semblent détourner régulièrement cette règle en utilisant l'argent de la caisse de la CVGT pour résoudre des problèmes ponctuels : paiement d'une ordonnance médicale, achat de vaccins, accueil du préfet. Avant l'arrivée de TDS, lorsque le préfet annonçait sa visite à Doudou, tous les habitants se cotisaient pour lui réserver le meilleur accueil. Depuis qu'il existe une caisse à la CVGT qui contient l'argent des bénéficiaires du tourisme, il semblerait que les anciens du village et le gérant du campement touristique financent cet accueil avec la caisse, pour éviter de demander aux Doudoulais de se cotiser. Ainsi, le détournement de la règle concernant le « fonctionnement collectif » de la part des villageois proviendrait en partie d'un désaccord avec TDS sur la notion de « développement ». Pour TDS, le développement est « durable » et consiste à construire des infrastructures collectives. Pour les villageois, accueillir le préfet, financer un projet personnel, payer une ordonnance « c'est aussi du développement pour le village ».

Un habitant : Quand il y a un préfet qui arrive à Doudou et qu'on enlève l'argent [de la caisse de la CVGT] pour l'accueillir, je ne trouve pas ça mauvais. Parce que chez nous au Burkina, tout ça rentre dans le cadre de la corruption, si on a un problème on peut le résoudre au niveau de la préfecture. Si on accueille très bien le préfet à Doudou, il cautionne Doudou, et quand on arrive pour demander quelque chose, on est prioritaire. Donc bien accueillir le préfet, c'est du développement pour le village.

Les artisans du village ne semblent également pas adhérer totalement à la règle selon laquelle les habitants doivent organiser et animer collectivement une activité d'échanges et de rencontres à vocation touristique qui valorise leur culture. De nombreuses activités avec les artisans sont prévues au cours du séjour des touristes : initiation à la poterie, à la vannerie, à la sculpture sur bois. Ces activités demandent habituellement du temps aux artisans qui montrent leur savoir faire au cours de plusieurs séances. On peut penser que les artisans du village sont dédommagés de ce travail par la vente de leurs pots/paniers/objets en bois (dont une partie du prix revient à CVGT), suivant le principe de développement collectif : tout le monde travaille à l'accueil des touristes pour tout le village et non pour s'enrichir personnellement). Pourtant, lors du séjour à Doudou auquel nous avons participé, les artisans étaient systématiquement absents lorsque les touristes se sont rendus chez eux. Il est apparu ensuite que ceux-ci, lassés de passer du temps avec les touristes et n'y trouvant pas leur compte, ont demandé – et obtenu – auprès du responsable du campement touristique, une somme d'argent pour chaque séance avec les touristes. Cet événement montre que la règle de la charte concernant le développement collectif a été rejetée par les artisans.

Par ailleurs, les touristes ont remarqué que les prix des tissus sur les marchés étaient multipliés par deux ou par trois lorsque les guides les accompagnaient et en ont déduit que ces derniers prenaient une commission sur leurs achats. Cette pratique, courante dans les pays du Sud, a pourtant choqué la plupart des touristes qui ne s'attendaient pas à la retrouver dans le cadre d'un « tourisme solidaire » encadré par une charte « de bonne conduite ». Contrairement aux artisans qui ont rejeté clairement la règle de la charte liée au « fonctionnement collectif », les guides n'ont pas exprimé leur désaccord par un rejet explicite, mais ont procédé à un détournement implicite de cette règle.

Rencontre avec l'« Autre » : les guides s'accaparent la relation avec les touristes

L'une des règles de la charte de TDS stipule que les « Villages d'Accueil » doivent tout mettre en œuvre pour favoriser la rencontre entre touristes et villageois.

– Les Villages d'Accueil répondent aux attentes des voyageurs pour découvrir les réalités de vie des communautés villageoises et de leur terroir ; pour cela, ils impulsent et facilitent au maximum des échanges et des rencontres de qualité entre les voyageurs et les villageois ainsi que toute initiative ou animation allant dans ce sens.

Les guides et les animateurs chargés de l'accueil ont été formés – d'abord par un technicien TDS, puis par un consultant burkinabé – pour savoir quels éléments de leur culture et de leur patrimoine mettre en avant et comment les présenter aux touristes. Les guides ont réalisé un travail de recherche, en allant par exemple voir les anciens du village pour connaître l'histoire de la fondation de Doudou. Ils ont établi avec le formateur un programme de visites afin que les touristes puissent mieux appréhender le quotidien du village : rencontre avec les instituteurs, avec les représentants de la CVGT, avec le chef de terre et le chef du village, avec des femmes qui montrent la fabrication de produits locaux, avec des artisans, visites sur le marché, visite de la grotte sacrée, promenades dans la forêt de baobabs. Les guides et les animateurs du campement touristique se sont appropriés cette règle de la charte qui incite le personnel à répondre aux attentes et questions des touristes sur la vie du village, et l'appliquent dans la réalité. Ils vont même au-delà de l'attente de TDS en jouant leur rôle de guide « en dehors de leurs heures de travail ». Par exemple, lors d'une visite inopinée de quelques touristes tard dans la nuit à l'Église pentecôtiste où avait lieu un grand rassemblement religieux, un guide présent dans la foule est venu traduire les paroles du prêtre et expliquer aux touristes le déroulement de la cérémonie. En revanche, s'ils servent de médiateurs entre les touristes et les autres villageois en traduisant le Lélé en Français, il apparaît qu'ils ne favorisent guère les échanges entre les touristes et certaines catégories de villageois. Les guides évitent par exemple que des femmes soient seules en présence des touristes, et en dehors de la cuisinière ou des institutrices, les touristes n'en n'ont pas rencontrées. Les Doudoulais interrogés expliquent que dans leurs traditions, « une femme doit toujours rester sous le regard d'un homme ». Ils expriment également à demi-mot leur crainte de voir leurs femmes courtisées par des touristes, car ils prêtent à ces derniers des mœurs quelque peu dépravées. Les guides font également barrage aux enfants qui veulent entrer dans le campement touristique, « pour ne pas qu'ils dérangent les touristes », disent-ils. Quelques-uns de ces enfants se sont plaints par le passé de leurs conditions de vie auprès des touristes. Il semble que les guides fassent souvent obstacle à l'échange entre les touristes et les autres villageois, et ce pour plusieurs raisons : ils veulent d'abord contrôler la situation, pour le bien-être des touristes (afin qu'ils ne soient pas importunés ou harcelés), mais aussi dans leur propre intérêt : ils veulent éviter que les touristes entendent des propos négatifs sur le village de Doudou, ils veulent « préserver » leurs femmes. De plus, tout se passe comme si les guides souhaitaient s'accaparer la relation avec les touristes, afin de pouvoir établir un lien plus étroit avec eux et donc monopoliser les possibles retombées directes *a posteriori*. Le « développement » peut encore une fois servir à analyser en partie le détournement ou le rejet de cet article de la charte par les guides et les animateurs. Ces derniers appliquent la règle et favorisent les échanges entre touristes et les autres villageois, mais seulement jusqu'à un certain point. Lorsque le touriste (vu comme une « ressource ») avec lequel ils ont tissé des liens risque de leur « échapper » en multipliant les rencontres, ils adoptent un comportement tendant à « filtrer » l'entrée des autres villageois dans le campement touristique. Certains membres du personnel ont même évoqué

l'existence d'une stratégie qui consisterait à « se partager » les touristes en fonction des affinités qui se créent :

Un animateur : On se retrouve et on se dit : « comme nos parents n'ont pas été jaloux des autres, si quelqu'un veut tisser des liens et demander l'amitié, nous on laisse et on va trouver quelqu'un d'autre dans le groupe [de touristes] ». S'il y a deux ou trois touristes qui ont envie d'aider des gens [du village], moi quand je viens te voir, toutes mes causeries, c'est de dire « si tu pouvais réaliser ta promesse, ça pourrait nous arranger ».

L'opportunisme des acteurs concernant le devoir de transparence

Le thème de la « transparence » occupe une place importante dans la charte et fait l'objet de trois articles : TDS et les habitants ont notamment le devoir d'informer les touristes et les Villages celui d'informer leur communauté villageoise.

- TDS informe au mieux les futurs voyageurs sur les valeurs liées au tourisme en Villages d'Accueil ainsi que sur les conditions matérielles du déroulement des séjours.
- TDS s'engage à une transparence totale sur la gestion de ses activités, en interne vis à vis de ses membres et avec les signataires de la (...) Charte.
- Les Villages d'Accueil s'engagent vis-à-vis de leur communauté villageoise et des autres signataires de la (...) charte à une totale transparence sur la gestion de leurs activités touristiques et des projets qu'ils auront initiés avec leurs CVGT (...). Ils auront particulièrement à cœur de présenter leurs réalisations aux voyageurs.

Si l'une des missions de TDS est de sensibiliser et « d'éduquer » les touristes au développement à travers notamment des réunions préparatoires aux séjours, ses brochures et son site internet, le devoir d'information et de transparence ne semble pas appliqué totalement. Comme nous l'avons vu, la réalité de la relation touristique à Doudou est complexe et ne correspond pas tout à fait aux discours de TDS. Certains accompagnateurs¹⁶ présents lors de nombreux séjours à Doudou affirment avoir fait part à TDS des problèmes qui se posaient dans le village de Doudou, et notamment des commissions prises sur les marchés par les guides. Ainsi, TDS détourne la règle de devoir d'information et de transparence inscrite dans la charte, en « omettant » d'informer les touristes sur les « problèmes » qui se posent à Doudou dans l'accueil touristique. Quant au personnel du campement touristique de Doudou, il semblerait qu'il détourne également cette règle. Vis-à-vis des touristes d'une part, car il ne leur a pas été expliqué l'utilisation « parallèle » et non officielle de la caisse de la CVGT pour des événements ponctuels (comme nous l'avons vu ci-dessus) ainsi que les causes du retard de réalisation de certains projets (début 2004 un troisième logement d'instituteurs n'avait toujours pas été réhabilité, malgré le versement de fonds plusieurs mois auparavant). Vis-à-vis des villageois

16. Jeunes burkinabé venant majoritairement de la capitale, recrutés et formés par TDS pour accompagner les touristes mais aussi pour servir de médiateur entre les villageois et les touristes en cas de problème. Ils doivent également veiller à ce que la charte soit appliquée et rendre compte à TDS.

d'autre part. Un guide explique que lors du compte-rendu fait devant tout le village après chaque séjour touristique, les responsables du campement touristique se contentaient d'exposer l'état des recettes et des dépenses, sans entrer dans leur détail. D'après ce guide, les dépenses (selon lui exagérées) méritaient pourtant d'être justifiées, notamment concernant le poste alimentation. Ainsi, les villageois, pour la plupart analphabètes, venus assister à ce compte-rendu, repartaient sans connaître les raisons des dépenses effectuées sur la caisse de la CVGT.

Les tensions à l'œuvre dans l'application de la charte

Sans prétendre expliciter ici les raisons liées aux difficultés d'application à Doudou de la « charte en Village d'Accueil TDS », il est possible d'avancer quelques pistes de réflexion. Il apparaît en premier lieu que certaines règles, comme celles liées au « fonctionnement collectif » sont inadaptées à la réalité, à la culture et à l'expérience des Doudoulais, notamment en matière de « développement ». Si certains membres du campement touristique ont effectivement été demandeurs de règles de comportement – suite à l'attitude choquante d'un touriste –, il ne semble pas qu'ils soient à l'initiative et qu'ils adhèrent aux règles liées notamment aux thèmes des « cadeaux » et du « fonctionnement collectif ». Ceci peut expliquer en partie le fait que certains Doudoulais détournent ou rejettent ces règles et, par ailleurs, questionne fortement le caractère endogène du développement initié par TDS.

Nous avons souligné dans la première partie de cet article que les limites de la mise en place d'une éthique du tourisme au niveau international à travers des chartes et des codes étaient dus notamment au caractère non contraignant de ces chartes, à la diversité des acteurs et de leurs valeurs, aux conflits d'intérêts entre la recherche d'une éthique et la mission des acteurs. Au niveau local, les difficultés d'application de la charte de TDS dans le village de Doudou peut être analysée avec la même grille de critères. Le caractère non contraignant de cette charte expliquerait en partie le détournement de certaines règles. Le dernier article de la charte stipule pourtant que « TDS assure le suivi et le contrôle du respect des engagements des différentes parties ». Pour ce faire, TDS a notamment recruté et formé des « accompagnateurs » extérieurs au village dont le rôle est de servir de médiateur entre les touristes et les habitants mais aussi de faire respecter la charte et de rendre compte à TDS à travers un rapport de fin de séjour. Or, à Doudou, l'accompagnateur est sommé par les guides de façon implicite et explicite d'intervenir le moins possible, surtout sur le chapitre des cadeaux.

Accompagnateur : À Doudou, l'accompagnateur est vu comme étant un adversaire pour le village. Un frein pour le développement du village, parce qu'il est là pour faire respecter la charte. Le point ne pas faire de cadeaux, est un vrai problème pour le village. Quand l'accompagnateur intervient, ça ne va pas. Sa place, c'est « suis et tais-toi ».

L'accompagnateur a donc un rôle limité concernant l'application de la charte, et ne la rend pas plus contraignante pour les habitants. L'équipe de TDS – informée

par les touristes de la « non application » de certaines règles de la charte sur place –, s'est rendue à Doudou pour débattre des différents problèmes qui se sont posés lors de ce séjour. Mais comment faire la part du vrai et du faux parmi les témoignages contradictoires émanant des membres du campement touristique et des touristes, à quel avis se ranger ? Dans le cas où TDS parvenait à se faire une opinion, quels moyens de pression exercer sur le village pour que certains comportements changent ? Si les habitants ne sont pas ou plus d'accord avec les règles de cette charte, quelle est la légitimité de TDS pour continuer à les diffuser auprès des touristes, alors que ces règles sont censées avoir été élaborées en concertation avec les villages ?

Ces questions amènent naturellement à se poser la question de la diversité des acteurs et de leurs valeurs comme facteur explicatif de la difficulté à élaborer et à appliquer une charte éthique du tourisme. Les créateurs de cette charte – les habitants et TDS – possèdent des identités, une vision du monde et des intérêts différents. Lorsque TDS, ONG de développement française, arrive à Doudou avec sa vision du développement en Afrique, cette vision se confronte avec celle des habitants. Cette confrontation sur la notion de « développement » entre TDS et les Doudoulais peut avoir lieu soit en amont, lors de la l'élaboration des règles de fonctionnement et de la charte, soit, comme c'est le cas à Doudou, à l'usage : certains habitants, en désaccord sur les règles du « fonctionnement collectif » ou des « cadeaux » les détournent.

Il est également pertinent d'analyser le détournement de certaines règles par TDS et par les touristes par les conflits d'intérêts qui existent entre leur recherche d'une éthique et leur « mission ». TDS possède un double statut à travers deux structures distinctes : ONG de développement d'une part, et entreprise de commercialisation de séjours d'autre part. Ce double statut l'entraîne selon nous à ne pas appliquer entièrement ou à détourner au moins l'une des règles de la charte, celle liée à l'information des touristes. Tout se passe comme si les dirigeants de TDS, engagés dans une double mission – faire du développement et vendre des séjours – produisent des discours paradoxaux. D'un côté TDS applique en Afrique sa vision du développement et de la relation touristique et l'enseigne aux touristes avant leur départ. Ils sont dans ce cas dans une démarche d'information et d'éducation, conforme à la charte. De l'autre côté, ils ont l'obligation de vendre des séjours, et ils ont choisi comme principaux arguments de vente : la rencontre et le développement. Afin que les touristes acceptent de payer un voyage relativement onéreux pour aider les habitants sur place et pour « partager le quotidien d'un village africain », TDS doit produire (comme toute agence de voyage) un discours qui leur donne envie de partir. TDS promet donc – notamment à travers ses brochures – une « rencontre authentique avec des villageois heureux de vous accueillir et de vous montrer leur village » et « un développement qui fonctionne ». Lorsque la réalité de ce qui se passe à Doudou ne correspond pas – ou plus – aux arguments de vente de TDS, c'est-à-dire que les villageois ne sont plus si enthousiastes de montrer leur village¹⁷ à des touristes et

17. Comme c'est le cas pour les artisans.

que l'aspect « développement » ne fonctionne pas comme le présente TDS (certains habitants souhaitent prioritairement du « développement personnel » plutôt que « collectif »), il y a paradoxe. Dans ce cas, TDS n'est plus dans une logique d'information, mais de « désinformation par omission ». Pour ne pas faire fuir les touristes candidats au départ – déjà peu nombreux pour la saison 2004¹⁸ – les dirigeants de TDS omettent de les informer sur la réalité de la relation touristique et du développement à Doudou. Dans ce cas, TDS n'applique pas la règle de la charte promettant « une information complète », en raison des conflits d'intérêts qui existe entre son statut d'ONG de développement (recherche d'une éthique et volonté de conceptualiser des principes généraux) et son statut de vendeur de voyages (assurer la vente d'un certain nombre de séjours dans son propre intérêt et dans celui des villages d'accueil).

En ce qui concerne les touristes, leur « mission » est double : ils viennent à Doudou pour participer à son développement, mais ils viennent également passer des vacances. Il peut parfois exister des conflits d'intérêts entre ces deux objectifs. Ils s'efforcent généralement de respecter scrupuleusement la charte pour obéir à leur recherche d'éthique dans le voyage, mais tout se passe comme si leur « devoir de vacances », qui les pousse à se faire plaisir, les ramenait malgré eux dans la peau du « touriste ordinaire » : nécessité de ramener des photos (sans toujours demander l'autorisation aux habitants), besoin de faire des dons parfois inappropriés (comme des paquets de bonbons), pour apporter du baume à une conscience d'occidental culpabilisé par ce qu'il est et par ce qu'il voit. Un autre paradoxe important réside dans la double quête des touristes : ils viennent dans le village dans le cadre d'un tourisme « solidaire » pour participer à son « développement » mais sont ravis de passer leurs vacances dans un « village africain authentique », sans électricité, sans eau courante, sans routes et sans véhicules. Ainsi, il peut paraître paradoxal de participer au « développement durable » d'un groupe social, lorsque l'activité touristique devant y contribuer repose précisément sur la préservation du caractère traditionnel et « typique » de ses pratiques. Ce paradoxe se retrouve d'ailleurs dans les propos de certains touristes qui souhaitent pour le village un « développement » mais qui ne devrait pas amener les mêmes objets ni les mêmes modes de vie qu'en

18. Au lieu des 6 à 8 séjours comprenant chacun une douzaine de touristes programmés pour la saison 2003/2004, seuls 2 séjours comprenant 8 et 12 personnes se sont déroulés à Doudou, faute de touristes (cependant, d'autres villages d'accueil TDS, comme Koïrézéna et Zigla Kouplélé ont reçu deux fois plus de séjours que Doudou sur la même saison). Les raisons de la diminution du nombre de séjours à Doudou au cours de cette saison restent incertaines mais plusieurs facteurs peuvent être évoqués : la conjoncture économique et internationale de l'époque défavorable au tourisme, la demande pour ce type de tourisme qui reste faible, l'augmentation des organismes qui proposent une forme de tourisme « solidaire et équitable », le manque de promotion effectué par TDS. Par ailleurs, certains observateurs prétendent que TDS a fonctionné pendant des années grâce à un « vivier important de copains » et que ce vivier tendrait à s'épuiser. On peut également évoquer la « concurrence » des autres « villages TDS » créés après Doudou, leur plus grande attractivité pour les touristes (car ils proposent notamment un artisanat plus riche). Pour finir, on peut se demander si le « bouche à oreille » entre les anciens touristes et les candidats au départ, qui reste le principal média pour la promotion de ces séjours n'a pas été défavorable au village de Doudou. Dans un souci de « solidarité entre les villages », TDS demande à des groupes qui ont choisi de partir dans un village précis, de passer leur séjour dans un autre village si celui-ci n'a pas reçu assez de visiteurs dans l'année (c'était le cas du groupe que j'ai suivi qui avait choisi de partir à Zigla et qui a été orienté sur Doudou par TDS).

Occident. Les touristes veulent que grâce à l'argent qu'ils laissent dans le village, les Doudoulais puissent avoir accès à la santé, à l'éducation, à l'eau, mais certains d'entre eux ne leur souhaitent pas par exemple d'avoir une télévision, responsable à leurs yeux de la destruction de la convivialité, des liens sociaux et intergénérationnels en Occident. De même que les maisons en parpaings et en tôle convoitées par les habitants pour leur solidité et pour leur valeur de symbole de richesse, sont vues par les touristes comme des signes de la modernité, beaucoup moins « typiques » que les maisons en banco.

Tourisme & Développement Solidaires

L'ONG de développement *Tourisme & Développement Solidaires* a été créée en 1998 par Bénédicte Merlan (historienne) et Pierre Martin Gousset (ingénieur agricole). Cette ONG, qui est également une association de tourisme, s'inspire des expériences de tourisme intégré qui ont été menées en Casamance dans les années 1970, mais également des expériences dans le tourisme rural en France. Elle s'intègre notamment dans des réseaux d'associations de tourisme (UNAT), de commerce équitable (Plate-Forme du Commerce Équitable PFCE), et de développement (Centre de Recherche et d'Information pour le Développement CRID). La démarche de TDS consiste à « faire du tourisme un levier pour le développement de l'Afrique et offrir à nos voyageurs une immersion dans la vie d'un village africain ». Le concept de « tourisme solidaire et équitable » de TDS repose sur quatre points : valorisation des organisations démocratiques des Villages d'Accueil TDS qui sont les maîtres d'œuvre de cette activité, réinvestissement intégral des revenus liés au tourisme dans l'économie locale, renforcement des compétences locales, création de liens de solidarité avec les voyageurs. Les Villages d'accueil TDS reçoivent dix à douze personnes maximum, qui pendant une dizaine de jours vivent au rythme des habitants d'un village du Burkina Faso ou du Bénin. Ce sont les villageois qui, formés par TDS, s'occupent de l'organisation et de la gestion, et assurent l'accueil, les repas, les nuitées, l'animation, etc. À l'heure actuelle, TDS a « labellisé » quatre villages au Burkina Faso et deux au Bénin et souhaite étendre son concept à d'autres villages et régions du monde. Environ 300 touristes partent chaque année avec TDS.

BIBLIOGRAPHIE

- AMALOU P., BARIOULET H., VELLAS F. [2001], *Tourisme, éthique et développement*, Paris, L'Harmattan, 304 p.
- BEVILLE G. [2004], « Le tourisme solidaire, levier de développement », *Revue Espaces*, n° 220, p. 20-22.
- CERON J.-P., DUBOIS G. [2000], « À la recherche d'une éthique du tourisme », *Cahiers Espaces*, n° 67, p. 10-29.
- CERON J.-P., DUBOIS G. [2002], « Les enjeux oubliés du tourisme durable », *Revue Espaces*, n° 192, p. 16-20.

- CHABLOZ N. [2004], *Tourisme solidaire au Burkina Faso : pratiques et représentations de soi et de l'autre. Regards sur l'autre et rencontres entre visiteurs français et visités burkinabé*, mémoire de DEA, Paris, EHESS, 198 p.
- DUCRET B. [2000], « L'éthique dans le tourisme. La nécessité d'un engagement politique des États », *Cahiers Espaces*, n° 67, p. 48-52.
- GEERTZ C. [1986], *Savoir local, savoir global, les lieux du savoir*, Paris, PUF (trad. fr.).
- GODBOUT J.-T. [2000], *Le don, la dette et l'identité, Homo donator vs homo œconomicus*, Paris, La Découverte/MAUSS.
- GODELIER M. [1996], *L'énigme du don*, Paris, Fayard.
- GOFFMAN E. [1973], *La mise en scène de la vie quotidienne ; t. 1 : La présentation de soi ; t. 2 : Les relations en public*, Paris, Éditions de Minuit, (trad. fr.).
- MARTIN B. (coord.) [2002], *Voyager autrement, vers un tourisme responsable et solidaire*, Paris, Éditions Charles Léopold Mayer, 161 p.
- MAUSS M. [1925], « Essai sur le don. Forme et raison de l'échange dans les sociétés archaïques », *L'Année sociologique*, nouvelle série, 1.
- OLIVIER DE SARDAN J.-P. [2002 (1991)], « Anthropologie du développement », in Bonte-Izard, *Dictionnaire de l'ethnologie et de l'anthropologie*, Paris, PUF, coll. Quadrige, p. 758-759.

Le tourisme de désert en Adrar mauritanien : réseaux « translocaux », économie solidaire et changements sociaux

*Sébastien Boulay**

Le tourisme de désert, dans sa forme organisée, naît timidement dans le Nord mauritanien à la fin des années 1980, alors que la région est encore enclavée en raison de l'absence de lien routier avec la capitale, Nouakchott. Puis, à partir de 1996, Atar, chef-lieu de l'Adrar, est desservi hebdomadairement par un avion charter¹ en provenance directe de France, ce qui donne une impulsion décisive à l'implantation d'une économie touristique dans la région. Celle-ci repose essentiellement sur des circuits d'une semaine, de randonnée et/ou de méharée dans le désert, agrémentés de visites de sites historiques (villes anciennes, bibliothèques, sites archéologiques), en groupes de moins de douze personnes. Il s'agit d'un tourisme rustique, adapté à la rareté des infrastructures d'accueil locales, qui suit en outre la volonté initiale de l'État mauritanien de privilégier un tourisme sélectif, respectueux de la culture et de l'écologie locales, et enfin qui répond aux attentes d'un public, quasi exclusivement français, en mal de grands espaces préservés et « authentiques ». Dès 1996, ce tourisme est par ailleurs paré d'une idéologie « solidaire », par l'État d'une part, qui présente ce secteur comme une arme de lutte contre la pauvreté, par les tour-opérateurs français d'autre part, qui promettent de faire profiter les locaux de cette activité.

Les circuits de « randonnée chamelière », dont il sera question dans cet article, mettent en contact des personnes issues de deux cultures maure et française distinctes, permettent la circulation d'idées, de discours, d'attitudes et d'objets, inventent de nouvelles relations sociales « translocalisées », qui caractérisent, selon Appadurai [2005], le monde contemporain. Notre contribution tentera de comprendre en quoi ces circulations à la fois produisent et expriment de nouveaux types de réseaux sociaux, au sens d'« ensemble[s] d'individus ou de groupes entretenant des relations binaires permettant la circulation de ressources » [Offner et

* Chercheur associé au Muséum national d'Histoire naturelle et chargé de cours à l'Université de Nouakchott – boulay@univ-nkc.mr.

1. Un deuxième avion charter sera affrété par la société Go Voyages à partir de la saison touristique 2002-2003.

Pumain, 1996, p. 155] et comment la société visitée intègre ces réseaux, avec quels objectifs et quels effets sur la façon dont elle conçoit son identité.

Notre réflexion s'articulera autour de trois parties : la première examinera le rôle des mouvements de personnes, permis par le tourisme, dans la genèse de réseaux translocaux, la deuxième analysera les réalités de cette économie du tourisme « solidaire » ainsi que les stratégies locales d'appropriation de la « ressource » touristique, enfin, la troisième partie portera sur les reformulations identitaires locales entraînées par le tourisme.

Circulations alternées et genèse de liens translocaux

Le circuit de randonnée chamelière : un espace-temps propice à la naissance de liens

Depuis l'ouverture d'une ligne aérienne entre l'Adrar et la France, permise par un accord entre l'affréteur aérien Point-Afrique et la Société Mauritanienne de Services et de Tourisme (SOMASERT)², chaque dimanche, entre octobre et avril, deux ou trois avions viennent déposer à Atar des groupes de touristes et en embarquer d'autres, qui terminent leur séjour³. Le petit aéroport est ainsi, une fois par semaine, un lieu de chassé croisé de « nomades de loisir » [Urbain, 2002] : un espace d'adieux entre le guide mauritanien et ses « clients », pour certains devenus des « amis » le temps du circuit, de rencontre avec de « nouveaux » Nazaréens (*Nçâra*)⁴, ou encore de retrouvailles avec des touristes qui n'en sont pas à leur premier voyage en Adrar. L'aéroport est également le lieu de représentation hebdomadaire des principaux professionnels locaux du tourisme : les guides, les cuisiniers, les chauffeurs de 4 × 4, mais aussi certains responsables d'« agences réceptives »⁵, quelques aubergistes qui viennent évaluer le volume d'arrivants, enfin les vendeurs de chèques.

Si l'aéroport constitue un espace d'interdécouverte privilégié entre visiteurs et visités, c'est véritablement pendant le « circuit » que naissent des liens entre

2. La SOMASERT est une filiale de la Société Nationale d'Industrie Minière (SNIM), qui exploite les gisements de minerai de fer, dans la région de Zouérate, limitrophe de l'Adrar au nord. Cette agence réceptive, qui captait jusqu'en 2004 environ la moitié du volume total de touristes venant séjourner en Adrar, a appuyé financièrement et logistiquement nos recherches de terrain en 2005.

3. Selon les premiers chiffres de l'aéroport d'Atar, moins de 11 000 touristes ont emprunté ces avions en 2005-2006. Notons toutefois que certains groupes venant en Adrar empruntent des lignes régulières et « transitent » par l'aéroport de Nouakchott.

4. C'est par ce mot tiré du Coran que les Maures appellent les Français, depuis le début de la colonisation du pays (1900), et plus généralement aujourd'hui les étrangers occidentaux, en référence à leur religion chrétienne présumée et à leur culture.

5. Les « agences réceptives », appelées plus familièrement « réceptifs », désignent dans le vocabulaire des professionnels du tourisme des entreprises locales chargées par des tour-opérateurs étrangers d'organiser, de gérer et de mettre en œuvre le séjour des clients, depuis leur sortie de l'avion jusqu'à leur départ. Actuellement, le marché du tourisme en Adrar est entre les mains de moins d'une quinzaine de tour-opérateurs, qui travaillent avec une dizaine d'importantes agences réceptives locales, dont certaines sont dirigées par des Français, les « miettes » du marché étant disputées par de petites structures, tant en Europe qu'en Mauritanie.

ses protagonistes : dix ou douze touristes, encadrés par un guide (généralement mauritanien, un cuisinier et deux ou trois chameliers. C'est le guide qui a la responsabilité pleine et entière de l'équipée et du groupe (*jma'a*). C'est également lui qui doit veiller à l'harmonie du voyage et aux bonnes relations entre ses différents acteurs. Il est à la fois l'interlocuteur désigné des touristes, ne serait-ce que de par sa maîtrise de la langue française, et le passeur vers la culture locale. Cette dernière est représentée, dans le circuit, par les chameliers, qui sont généralement des éleveurs, originaires de la région où a lieu le circuit, et dont la tâche principale consiste à transporter le matériel, l'eau et les vivres du groupe.

Durant le voyage, d'une durée et d'un itinéraire prédéfinis, ces différents individus⁶, étrangers⁷ les uns aux autres, sont amenés à se côtoyer et à échanger. Cette mise en relation présente un crescendo : passée leur réserve du premier jour, les touristes essaient d'abord d'échanger avec le guide, puis avec les chameliers, ces derniers incarnant leur représentation du nomade saharien, personnage mythique en Occident. Les chameliers, pour leur part, montrent à la fois méfiance et pudeur, non seulement vis-à-vis des touristes mais aussi vis-à-vis du guide, qui est également un étranger pour eux. Leur réserve s'exprime par une prise de distances, tant durant la marche que lors des moments de repos. À partir du troisième jour, des liens commencent néanmoins à se nouer entre visiteurs et Mauritaniens, les espaces se resserrent : un touriste prend l'initiative d'aider un chamelier à harnacher, un autre à préparer la traditionnelle galette cuite dans le sable, etc.

Certains touristes cherchent à dialoguer avec les chameliers, mais ces derniers ne parlent pas leur langue. La communication passe donc plutôt par des échanges de regards, de gestes, d'attitudes, et surtout de petits objets personnels, à la fin du circuit. Les liens scellés avec le guide ont a priori plus de chance de déboucher sur une amitié durable, et sur tout ce que peuvent laisser espérer les imaginations (invitation, association, projet commun dans le tourisme, mariage). Alors que les chameliers sont employés ponctuellement et vivent isolés en brousse, le guide est « identifié » à un tour-opérateur ou un réceptif et, surtout, est joignable depuis la France par le téléphone et internet. Lors du dernier jour, guide et touristes échangent leurs adresses électroniques et éventuellement leurs numéros de téléphone. Des liens d'amitié plus ou moins forts peuvent également voir le jour entre touristes, qui se retrouveront plusieurs mois après leur retour en France, pour évoquer, souvent autour d'un repas, leur voyage et ainsi prolonger son histoire.

Personnage clé pour les tour-opérateurs, qui lui confient la réussite du circuit, pour les touristes, qui s'en remettent entièrement à lui pour le succès de leur voyage, et enfin pour les locaux, qui essaient de profiter de cette nouvelle économie

6. Il s'agit plus précisément de groupes d'individus, car généralement les trois chameliers se connaissent, et souvent sont des parents proches, le guide et le cuisinier aussi. C'est souvent le cas également de certains touristes, qui viennent en petits groupes de trois ou quatre personnes (parents ou amis).

7. Il existe des différences socio-culturelles marquées entre les chameliers, qui sont des bédouins, et les guides et cuisiniers, qui sont de culture citadine, comme il existe des différences entre les origines des touristes, même si on retrouve toujours les mêmes milieux socio-professionnels représentés : enseignants, cadres supérieurs d'entreprises, professions libérales [Boulay, 2006].

(éleveurs, chameliers, aubergistes, commerçants, ...), le guide apparaît comme le trait d'union et l'interprète entre les différents acteurs du tourisme de désert, producteurs comme consommateurs, un peu à l'image des courtiers en développement en Afrique [Bierschenk, Chauveau, Olivier de Sardan, 2000]. « Enchaînant » les groupes semaine après semaine, il constitue rapidement un carnet d'adresses conséquent et accumule les invitations de la part de certains touristes, désireux de prolonger les liens noués lors du séjour.

*Quand les guides « circulent » chez les touristes :
du carnet d'adresses au partenariat*

La contre-saison touristique, qui s'étale de mai à octobre, est souvent mise à profit par les guides mauritaniens pour activer leur carnet d'adresses et répondre à leurs multiples invitations en France. Ils disent qu'ils partent « circuler », chez leurs « amis », leur périple apparaissant d'emblée comme une réponse au circuit des touristes, et comme un droit revendiqué au déplacement de loisir. Le voyage en France, presque annuel pour certains guides (même si l'obtention de visas est de plus en plus problématique), se présente également comme un voyage initiatique. Il fait partie de l'expérience, du « bagage » du guide, celui-ci étant tenu de connaître la culture, le mode de vie et la psychologie de ses clients. De plus, un guide, pour être considéré comme « compétent » (*akhbâri*) par les siens, doit avoir voyagé au moins une fois en France. Mais c'est surtout son prestige social qui repose grandement sur ces voyages⁸, conçus localement comme des « preuves » que le guide a noué de nombreux contacts durant sa carrière et a de nombreux « amis ».

La valeur du voyage est estimée à sa durée ainsi qu'au nombre de lieux et d'amis visités. Très souvent, les guides font, pendant un mois environ, un véritable tour de France, généralement en train, avec toujours une étape importante à Paris. Cette idée de circulation relativement lente, sur de grandes distances, est représentative du sens du voyage dans cette culture nomade, et semble diamétralement opposée au principe du circuit organisé pratiqué par les touristes. Les « adresses » du guide deviennent alors des espaces-refuges positionnés sur un vaste territoire de circulation.

Ces circulations permettent de réactiver et d'entretenir des liens nés lors du circuit. Mais derrière des amitiés indéniables et une réelle envie de découverte d'autrui, il y a bien souvent aussi, de la part des guides et de leurs contacts, l'imagination d'un projet commun, dans le tourisme, l'humanitaire, le commerce (d'artisanat notamment) ou encore dans le domaine culturel (organisation d'une tournée de conteurs, etc.). Le voyage en France est donc aussi une quête de ressources pour l'avenir, qui passe par la création de partenariats.

8. Outre le voyage en France, il existe deux autres signes extérieurs de réussite : le mariage avec une Française, connue généralement lors d'un circuit, et la possession d'une Mercedes 190, véhicule actuellement très recherché par les Mauritaniens pour le prestige de sa marque et sa légendaire solidité. « Le guide "trois étoiles" est celui qui parvient à atteindre ces trois objets convoités », nous expliquait dernièrement, amusé, un directeur mauritanien d'agence réceptive (entretien réalisé à Nouakchott, le 20/12/2005). Ces trois signes extérieurs permettent aux guides d'évaluer leurs réussites respectives.

Souvent, les guides viennent en France à l'invitation du tour-opérateur qu'ils représentent, généralement pour une formation, qui sera doublée de séances de travail consacrées à l'élaboration de nouveaux produits, ou pour des journées de promotion de la destination. En fait, ces invitations permettent également au tour-opérateur de renforcer les liens de collaboration et de confiance avec ses guides, liens qui sont également qualifiés « d'amitié ». Alors que certains tour-opérateurs pratiquent peu ces invitations et accordent finalement peu d'importance à la qualité du lien avec « leurs » guides, d'autres au contraire instaurent un lien quasi filial avec eux.

« Eldorando », une situation de rencontre du réseau du tourisme

Du 5 au 8 mai 2005, le tour-opérateur La Balaguère organisait le premier festival international de randonnée, baptisé « Eldorando », à Arrens-Marsous, village situé au cœur des Pyrénées françaises, où se trouve d'ailleurs le siège de cette société. Le but affiché de cette manifestation était de réunir les passionnés de marche à pied, amateurs et professionnels, autour d'expositions, de soirées culturelles, de débats sur le thème du développement durable, et d'espaces de promotion de produits touristiques. Le tour-opérateur avait organisé ce festival à l'occasion de ses vingt ans d'existence et fait venir des guides avec lesquels il travaille en Roumanie, en Espagne, au Pérou, au Népal, en Mongolie, en Guinée, au Mali, au Maroc et en Mauritanie, « invité coup de cœur, où la randonnée a su rapprocher les hommes par-delà les frontières » (programme officiel du festival). Cet « événement »⁹ a eu un certain écho dans les médias locaux, et même nationaux, et a rassemblé pendant quatre jours plusieurs dizaines de milliers de personnes. La « famille » Balaguère était, pour la première fois, réunie au grand complet, chaque délégation de guides représentant une destination, une culture, un produit du tour-opérateur.

La délégation mauritanienne était la plus importante après celle des Roumains : les neuf guides de la SOMASERT prenant habituellement en charge les groupes de La Balaguère en Mauritanie étaient présents, ainsi que le directeur de la société, un griot et moi-même, sollicité pour organiser l'exposition d'objets d'artisanat, sous une tente « traditionnelle » montée à côté des stands des autres délégations¹⁰. Le soir du premier jour du festival, les guides mauritaniens et le griot ont animé un spectacle (conte, poésie et musique), à la salle des fêtes du village, qui suivait deux conférences : l'une donnée par des archéologues du Muséum national d'Histoire naturelle (dont deux doctorants mauritaniens), qui mènent des campagnes de fouille en Adrar avec le mécénat de la SOMASERT, l'autre par un anthropologue,

9. Seul un événement de ce type, tranche d'histoire locale artificiellement construite par un groupe d'acteurs, pouvait momentanément faire se retrouver les éléments d'un même réseau (touristes, tour-opérateur, guides) car, par définition « le réseau [...] assure peu et exige peu ; il préfère la souplesse à la rigueur ; loin d'imposer l'exclusivité, il trouve son compte aux appartenances multiples et à la mobilité » [Offner, Pumain, 1996, p. 169].

10. Pour appréhender et comprendre certaines situations de l'intérieur, il est parfois nécessaire que « l'ethnologue participe au processus de valorisation du patrimoine culturel » [Le Menestrel, 2002, p. 466].

qui présentait l'histoire de la société adraroise. Assistaient exceptionnellement à cette soirée le directeur général de la SNIM (qui sera licencié à la suite du coup d'État du 3 août 2005) et l'ambassadeur de Mauritanie en France (qui sera nommé Premier Ministre du gouvernement de transition, après ce même événement), venus présenter le tourisme comme une priorité pour le développement économique de leur pays.

Cette soirée, qui a d'ailleurs reçu un franc succès, a mis en évidence l'importance pour la SOMASERT d'être bien représentée dans ce festival, qui regroupait, il faut bien le dire, les tour-opérateurs les plus importants du secteur du tourisme de désert¹¹, et de garder la confiance de celui qui est devenu un de ses partenaires les plus importants, tant en termes de clients pris en charge que de qualité de la relation établie (formations régulières des guides, travail de sensibilisation des touristes, ...). Pour La Balaguère, qui a fait de la Mauritanie, à en lire son catalogue 2004-2005, la destination d'appel de ses produits « Désert », la bonne représentation de cette destination revêtait également une grande importance. Derrière cette soirée culturelle a priori anodine, dont les guides avaient minutieusement préparé le scénario, et plus largement derrière ce festival où étaient savamment mélangés terroir local et exotisme, et où un faisceau d'acteurs issus des mondes politique, scientifique, culturel, économique, était convié à labelliser et faire la promotion de la destination, chacun avec ses compétences, il y avait des enjeux économiques évidents.

En plus de faire connaissance avec des guides d'autres pays, les Mauritaniens retrouvaient, durant les quatre jours de festival, des touristes connus en Mauritanie, pour partie devenus des amis. Certains guides venaient à Arrens-Marsous pour la cinquième ou sixième fois et bénéficiaient dans le village de solides relations avec les habitants et le personnel « sédentaire » de La Balaguère. Ils étaient à la fois en situation de dépaysement, ce qui explique qu'ils se sont parfois réfugiés dans leurs habitudes de vie mauritaniennes (cérémoniel du thé partagé, port du boubou, mouton acheté à un berger local, dépecé et mangé lors du festival), et en terrain connu. Ils étaient en quelque sorte devenus les figures locales de l'autochtone saharien, personnage à la fois exotique et familier pour les habitants de la région.

Ces présences croisées – de Mauritaniens à Arrens-Marsous, de Français à Atar – sont caractéristiques des relations de partenariat existant dans le cadre de ce tourisme, entre le local « ici » et le local « ailleurs », ancrées dans ce que Appadurai propose d'appeler des « translocalités » [2005, p. 275] : de nombreux tour-opérateurs de taille moyenne, dont certains se sont regroupés dans le label « Vagabondages. Les artisans de la randonnée » (www.vagabondages.com), jouent sur leur ancrage local, sous-entendu « authentique », pour proposer un tourisme « vrai » et artisanal, et pour se distinguer des tour-opérateurs basés à Paris, qui passent dès lors pour des structures commerciales, proposant des

11. C'est au cours des semaines qui suivent la fin de la saison touristique que les contrats entre les tour-opérateurs et les agences réceptives sont, chaque année, renégociés.

produits « tout-venant » pour une clientèle « tout-venant ». Pourtant, ces tour-opérateurs régionaux recrutent aujourd'hui de plus en plus une clientèle nationale. Et finalement, plus ils visent cette clientèle, plus ils mettent en avant, dans leurs catalogues et leurs campagnes promotionnelles, leur ancrage local et leur dimension familiale, paradoxe que l'on retrouve dans la « marchandise authentique » [Warnier, 1996]. Dans cette philosophie du voyage humain, humaniste voire humanitaire, destinée à se prémunir des tares dont le tourisme est habituellement affublé¹² et ayant une logique commerciale propre, les guides apparaissent comme les éléments clés. Car, pour fidéliser le public sensible à ce type de voyages, le tour-opérateur doit prouver que, en effet, il est en étroite relation avec la région visitée et qu'il est « solidaire » de son personnel local, ce qui n'est bien sûr pas toujours le cas.

Ce festival illustre bien la philosophie qui anime le tourisme de désert et les relations sociales particulières qu'il peut générer. Voyons à présent comment cette nouvelle économie est perçue par les Adrarois et comment ceux-ci se l'approprient.

Tourisme « solidaire » et implantation locale d'une nouvelle économie

Quand les réseaux du tourisme et du développement se rejoignent

Les produits « désert », qui doivent se calquer sur la représentation qu'ont les touristes du Sahara, supposent une certaine éthique de la part des tour-opérateurs présents sur le marché, qui doivent vendre un tourisme « respectueux » tant de l'environnement que de la culture locale, et « solidaire », autrement dit prônant une coopération entre le Nord, dont sont originaires les touristes, sous-entendu riche et prospère, et le Sud, souvent présenté en Occident comme exsangue. Ainsi, la majorité des tour-opérateurs qui travaillent en Mauritanie fait-elle figurer dans ses catalogues des encarts expliquant aux clients comment ils peuvent préserver le « pays » visité de leur présence et vend ses produits comme bénéficiant directement au développement local.

Si certaines de ces initiatives qualifiées de « solidaires » – d'ailleurs largement relayées par les médias en Occident –, notamment celles consistant à former des professionnels du tourisme, paraissent parfois guidées par une bonne volonté, il n'en demeure pas moins qu'elles participent de l'« habillage » de produits destinés à une clientèle acquise à la cause du « tourisme responsable » et relèvent généralement plus de logiques de charité que de démarches mûries. Il y a donc bien un marché pour ce tourisme-développement, avec des logiques commerciales propres. Le sujet donne d'ailleurs lieu à des débats animés entre les différents tour-opérateurs présents sur ce marché : certains se sont regroupés dans l'association ATR « Agir pour un Tourisme Responsable »¹³, auxquels d'autres reprochent de trop

12. Voir à ce sujet Urbain [2002].

13. Charte ATR : www.tourisme-responsable.org.

exploiter le filon « solidaire » à des fins commerciales¹⁴. La concurrence entre tour-opérateurs ne se joue donc pas seulement sur le terrain des prix et de la variété des produits proposés, mais aussi sur l'« engagement humanitaire » affiché, le nombre de projets mis en œuvre (écoles construites, motopompes fournies, etc.).

Cet « intérêt » affiché des tour-opérateurs français pour le développement socio-économique de l'Adrar semble actuellement converger avec l'intérêt croissant des développeurs (ONG, institutions internationales, associations, coopérations bilatérales) pour le tourisme, visiblement séduits par la rapidité de greffe de ce secteur économique dans les pays du Sud. L'UNESCO¹⁵ n'hésite plus à proposer des programmes d'action articulant tourisme et valorisation du patrimoine dans une optique de lutte contre la pauvreté au Sahara. L'Agence française de Développement s'apprête à financer un programme destiné à renforcer les capacités commerciales de la Mauritanie en appuyant les opérateurs du tourisme dans la mise en œuvre d'un écotourisme et dans la formation de guides. Mais c'est Chinguetti, site le plus visité en Adrar, qui semble le meilleur exemple de l'intérêt des développeurs pour le tourisme: parmi les nombreux projets humanitaires et/ou de développement dont la ville fait l'objet depuis quelques années, l'Union Européenne mène un programme d'appui à la commune, dont plusieurs axes visent explicitement à favoriser le développement du tourisme dans la capitale culturelle du pays. Or, alors que le « projet » touche à sa fin, non seulement certaines réalisations tardent encore, mais surtout la pérennité des quelques actions entreprises n'est pas assurée et l'environnement de la ville se dégrade toujours plus vite.

Derrière ces initiatives convergentes, relayées par des discours centrés essentiellement sur la génération de revenus locaux au détriment des effets négatifs potentiels sur la société, d'autres réalités, cette fois éloignées de cette « philosophie solidaire », existent. La concurrence très rude que se livrent les tour-opérateurs du marché se traduit par des exigences toujours accrues de leur part vis-à-vis des agences réceptives locales, en matière de coût des prestations. Ceci se traduit chaque année par une pression accrue sur les rémunérations des opérateurs locaux, déjà maintenues à des taux très bas, et par la paupérisation voire la disparition de petits acteurs qui ne peuvent descendre le prix de leurs prestations au dessous d'un certain seuil de survie. On assiste inévitablement à une baisse de la qualité des prestations locales, qui porte déjà atteinte à la « santé » (fragile) de la destination. Certains responsables d'agences locales commencent à dénoncer le fossé entre le discours bien huilé et « éthique » des tour-opérateurs, en matière de tourisme

14. Maurice Freund, Président du Point-Afrique, à propos de ses concurrents : « [...] pour se donner bonne conscience ou par hypocrisie ou pour apparaître en donneurs de leçon en matière de tourisme certains masquent leur finalité sous des appellations (comment disent-ils déjà ?) responsable, éthique, écologique, durable, vrai et même de développement parfois... qui sont très tendance ! », p. 3, in catalogue Point-Afrique, *Voyages*, 2004-2005. Pourtant, ce même catalogue consacre une page entière (p. 55) à ses « réalisations » en Afrique.

15. Programme intitulé : « Le Sahara des cultures et des peuples. Vers une stratégie pour un développement durable du tourisme au Sahara dans une perspective de lutte contre la pauvreté » (www.unesco.org).

solidaire et durable, et le peu de cas que font certains tour-opérateurs des conditions de vie et de travail des opérateurs locaux. Au point que certains professionnels mauritaniens parlent, au sujet de la situation actuelle du secteur, de « tourisme jetable » (un responsable d'agence réceptive, Nouakchott, 2/11/2005), en référence aux discours occidentaux sur le « tourisme durable ».

Derrière ces derniers, qui reprennent des concepts alternatifs très à la mode, se dissimulent des pratiques qui sont tout simplement celles d'un marché très concurrentiel, dont la localisation au Sud laisse aux acteurs du Nord les libertés décisionnelles.

Perceptions locales de la ressource touristique et partenariats

Dans cette région aux ressources extrêmement limitées, où les habitants sont contraints depuis des siècles à lutter pour leur survie, par l'élevage, la phéniciculture et le commerce, le tourisme naissant n'a pas tardé à être accepté et perçu localement comme une nouvelle ressource. Or, profiter de celle-ci nécessite, de la part des Adrarois, d'intégrer des réseaux d'opérateurs, locaux et/ou étrangers, afin, d'une part, de proposer une offre adaptée à la demande, d'autre part, de capter des clients pour leurs produits ou prestations. Bref, cela passe par une « [...] capacité des acteurs indigènes à localiser les processus globaux, en s'emparant du tourisme pour le mettre au service de leurs propres objectifs » [Picard, 2001, p. 122].

Un aubergiste doit se faire connaître auprès des agences réceptives locales pour qu'elles lui « envoient » des clients, un bédouin souhaitant être employé comme chamelier doit également se signaler auprès d'une de ces agences, une vendeuse d'artisanat a intérêt à nouer des liens avec des guides de différentes sociétés si elle souhaite que ceux-ci fassent passer leurs groupes devant son échoppe ou sa tente d'exposition, etc. Pour les responsables d'agences, profiter de la manne touristique consiste à gagner la confiance d'un tour-opérateur français représentant un bon potentiel de clients. Quant aux guides, nous ne reviendrons pas sur l'importance de leur « carnet d'adresse », constitué lors des circuits. Enfin, les tour-opérateurs français doivent eux aussi nouer un certain nombre de partenariats avec des locaux pour mener à bien leurs projets.

Cette notion de « partenariat » nous semble, par conséquent, tout à fait centrale pour comprendre les processus locaux de mise en réseaux des acteurs. Ces partenariats sont de différents types. Il y a d'abord ceux scellés entre les agences réceptives locales (tenues par des Français ou des Mauritaniens) et un ou plusieurs tour-opérateurs étrangers. Il y a des partenariats entre acteurs locaux, par exemple un(e) chef d'entreprise français(e) et un associé mauritanien, ou deux partenaires mauritaniens. Il y a enfin des partenariats plus informels entre des opérateurs locaux (petites agences, guides indépendants) et des partenaires en France (particuliers, associations, communes, etc.).

Les partenariats économiques transnationaux s'appuient souvent sur des liens d'amitié ou des expériences professionnelles communes, mais aussi sur des mariages. Quelques Françaises, associées à leur époux mauritanien, jouent ainsi un rôle de premier plan dans le tourisme en Mauritanie, à la tête d'agences réceptives

et/ou d'auberges. De même, certains guides mauritaniens, aujourd'hui domiciliés en France et mariés à des Françaises rencontrées soit en Adrar, dans le cadre de circuits, soit en France, lors de visites d'amitié ou de tournées de promotion, organisent depuis la France des voyages en Mauritanie pour des groupes de particuliers, des associations ou des comités d'entreprises. Ils sont très présents en Adrar au moment de la saison touristique. Ces alliances matrimoniales peuvent donc éventuellement servir d'appui à des alliances ou partenariats économiques, les Français(es) installé(s) en Mauritanie ne pouvant généralement pas se passer d'un associé mauritanien de confiance, et les Mauritaniens qui souhaitent réussir dans le tourisme pensant qu'ils ne peuvent se passer d'un partenaire, « proche » ou lointain, français.

Le tourisme apparaît donc localement comme une « ressource », complexe car dépendante de décideurs français, et dont la captation génère des alliances de toutes natures entre partenaires étrangers.

Assimilation locale de cette nouvelle économie et de ses acteurs

L'économie du tourisme organisé s'implante en Adrar après deux décennies de baisse des relations entre Adrarois et Français (1975-1995) notamment du fait de la nationalisation de la MIFERMA, devenue SNIM en 1974 [Bonte, 2001], et du retrait de la Mauritanie du conflit du Sahara Occidental en 1978, suivi immédiatement par l'arrivée au pouvoir de militaires nationalistes arabes. Différents éléments ont joué en faveur de la reprise des relations : le désenclavement de la région par l'organisation de vols charters depuis la France, l'achèvement de la route Atar-Nouakchott, l'installation d'une Alliance franco-mauritanienne à Atar et surtout le « retour » du français dans l'enseignement. Pour les locaux, il y a néanmoins une sorte de continuité de la présence des Nçâra chez eux, même s'ils font bien la différence entre les administrateurs et militaires de la période coloniale (1909-1960), qui passaient souvent plusieurs années sur place et, pour certains, se « bidanisaient »¹⁶ (se mariant avec une Mauresque, adoptant le mode de vie local, parfois le vêtement et assimilant le dialecte arabe des Maures), et les touristes, qui ne sont jamais que de passage mais dont la présence ininterrompue entre octobre et avril fait d'eux une sorte de personnage « familial », nouvelle figure du Nazaréen à la fois mobile et furtive.

L'implantation de cette nouvelle activité en Adrar s'est traduite par l'émergence de nouvelles figures locales, des personnages qui ont rapidement réussi dans le secteur. Le meilleur exemple en est sans doute cet homme de Chinguetti qui s'est lancé, dès le début des années 1980, tandis qu'il était encore lycéen, dans la réception de petits groupes de touristes (alors que travailler avec les Nazaréens était encore très mal vu à l'époque), a monté la deuxième auberge de la ville en 1985 (elle en compte aujourd'hui une quarantaine), a ensuite gagné la confiance d'un important tour-opérateur français du tourisme de désert, puis a constitué son propre troupeau de chameaux pour ses activités, et enfin a ouvert trois autres auberges

16. Les « Maures », dénomination coloniale, se nomment collectivement *Bidân*, « Blancs ».

dans des sites touristiques importants. Cet homme, symbole unanime de la réussite d'un « local » parti de rien, a pu contracter un mariage avec la fille d'une des familles les plus nobles de la ville, « événement » impensable sans cette réussite économique spectaculaire. Nous pourrions prendre d'autres exemples d'individus qui ont pris, grâce au tourisme, une nouvelle place dans leur localité, défiant les « lois » de la tradition. Les opérateurs français travaillant en Adrar peuvent également devenir des « figures » locales, des familiers qui sont connus par leur prénom, et dont la réussite séduit ou incommode. Enfin, certains guides travaillant depuis plusieurs années dans le secteur, dont beaucoup ne sont pas originaires de l'Adrar, font désormais figures de personnalités locales.

Les guides constituent à vrai dire des symboles de réussite sociale aux yeux de nombreux jeunes sans diplôme de la région, qui s'engagent dans le secteur en tant que cuisiniers, chauffeurs ou chameliers, espérant réussir économiquement par ce biais. Ces jeunes, âgés de 18 à 28 ans (les guides ont pour leur part entre 28 et 40 ans), se connaissent très bien et entretiennent des liens d'amitié et de solidarité assez forts. Ces sociabilités professionnelles, auxquelles il faut parfois ajouter de véritables cultures d'agence, comme à la SOMASERT qui comptait 40 guides¹⁷ et au moins autant de cuisiniers jusqu'en 2005, viennent se plaquer sur les sociabilités locales « traditionnelles » (familiales, tribales, générationnelles).

Ces nouvelles personnalités locales ainsi que ces nouveaux réseaux et formes de sociabilité sont assez bien assimilés par les populations locales, bédouines ou citadines, qui essaient de tirer parti de cette nouvelle activité, en montant une petite auberge ou, plus modestement, en vendant de l'artisanat. Dans cette société où les informations circulent très vite, les familles adraraises repèrent aisément l'identité des différents protagonistes qui sont amenés à circuler sur leur territoire : elles savent par exemple que tel guide, originaire de telle région ou de telle tribu, travaille pour tel tour-opérateur, dont elles ont retenu le nom, et entretient tel type de lien avec son cuisinier (grand frère, oncle, cousin, ami, etc.). De même qu'elles assimilent très vite les itinéraires privilégiés par les guides. Si le tourisme a permis à certains locaux de « réussir » économiquement, il en a également déçu d'autres qui n'ont pu gagner la confiance des agences, locales ou étrangères, souvent par difficulté à intégrer un réseau de partenaires. La plupart des opérateurs locaux attendent un « décollage » de l'activité dans les prochaines années, espoir néanmoins refroidi par une baisse de la fréquentation lors de la saison 2004-2005 et une stagnation en 2005-2006.

Comme nous allons le voir à présent, si la majorité des Adrarais considère que le tourisme a amélioré l'économie de la région, ce succès extrêmement fragile cache des problèmes qui pourraient rapidement annihiler les premiers bénéficiaires.

17. Beaucoup de guides de la SOMASERT, ont un père ou un oncle retraité de la SNIM, et ont grandi dans l'environnement de cette société, à Zouérate, Nouadhibou, Atar ou encore Akjoujt, en assimilant la culture particulière [Bonte, 2001].

Reformulations sociales et identitaires

Discours locaux sur les effets du tourisme

Le discours des Adrarois sur la question des impacts du tourisme varie selon leur degré d'implication dans le secteur, mais généralement ils considèrent que cette nouvelle activité est très positive du fait des revenus et de la dynamique économique qu'elle a générés, et considèrent la question des risques encourus comme hors de propos. Dans certaines localités isolées du désert, comme El-^cAgeyla, située à trois heures de marche de Chinguetti, les touristes sont considérés comme une ressource à part entière et sont chaque année attendus en plus grand nombre.

Les familles rurales, semi-nomades ou sédentaires, qui vivent près des itinéraires de passage des touristes et qui essaient de profiter de cette activité en vendant de l'artisanat, voient le tourisme d'un très bon œil. Notons que ce sont uniquement les femmes qui viennent commercer avec les Nazaréens, à proximité des sites de bivouac.

En ville, comme à Chinguetti, les avis sont un peu plus partagés. De manière générale, les jeunes (de moins de 35 ans) sont très favorables à cette activité et voient en elle un moyen de réussir, même si certains petits acteurs du secteur (cuisiniers, chauffeurs, chameliers) sont déçus de l'actuelle stagnation du volume de touristes et aussi du bas niveau des salaires qu'ils perçoivent. Les femmes sont plus favorables à cette activité que les hommes car elles y trouvent des revenus de complément et pensent qu'elle pourra à l'avenir générer des emplois locaux pour leurs enfants. Pour l'une d'entre elles, « le tourisme ne gêne rien si l'on sait se prémunir de ses dangers » (Chinguetti, octobre 2005). Tandis que les hommes, dont beaucoup travaillent dans les grandes villes, et en particulier les anciens, voient d'un mauvais œil les contacts des femmes et des enfants avec les étrangers, qui plus est non musulmans, ainsi que le fait que les touristes circulent non loin de la mosquée, lieu sacré interdit à la visite.

Paradoxalement, les personnes qui dénoncent le plus les méfaits du tourisme ou qui prônent un tourisme plus durable, se conformant là aux discours en vogue en Occident, sont souvent celles qui, aujourd'hui, vivent grâce à cette activité. Voici par exemple les propos du responsable d'une des bibliothèques de Chinguetti :

J'ai beaucoup de craintes sur l'avenir de Chinguetti dans le contexte touristique. En 1994, il n'y avait qu'une seule auberge ici, aujourd'hui il y en a au moins une trentaine. La nappe phréatique est menacée. Et puis, ne va-t-on pas aller de plus en plus vers un tourisme de masse ? Les mœurs des femmes et des enfants sont affectés. Il y a quelques années encore, même les enfants, qui courent aujourd'hui après les touristes, fuyaient les étrangers. À présent, certaines femmes vont jusqu'à serrer la main de touristes et les enfants n'ont plus qu'un mot à la bouche : « caddo ». Pourtant, c'est évident qu'économiquement ça rapporte. Mais l'environnement de la ville se détériore. Je vois aujourd'hui des boîtes de conserve dans les rues de Chinguetti, que je n'avais jamais vues auparavant, même pas à Nouakchott. Ce qui signifie que

l'on importe des conserves de l'étranger spécifiquement pour les touristes qui visitent l'Adrar. On ne sait plus comment gérer ces déchets croissants. Nous sommes en train de perdre notre authenticité alors que c'est précisément ce que viennent chercher les touristes chez nous. Ils ne veulent pas de climatisation dans les auberges, ni de téléphones satellitaires, ni de la nourriture qu'ils trouvent chez eux (Chinguetti, 1/10/2005).

Le tourisme est certes perçu comme une ressource « bonne » à exploiter, mais une ressource fragile qu'il faut préserver en se préservant, c'est là le paradoxe bien connu du tourisme culturel : continuer à attirer des étrangers dans sa localité ou sa région tout en se protégeant des effets négatifs du tourisme. Par ailleurs, derrière ce témoignage qui met l'accent sur le péril écologique et la perte d'authenticité, se dissimule le sentiment de perte, au contact de touristes non musulmans, d'un certain nombre de valeurs et d'usages sur lesquels reposaient la vie sociale des habitants de Chinguetti.

Changement du rapport social au temps et à l'espace

La « saison du tourisme », qui s'étale de fin octobre à fin avril, a été rapidement intégrée par les Adrarois dans le temps local, trouvant même une certaine complémentarité avec la saison chaude qui correspond à la période faste et festive de la cure de dattes (*geytma*), et qui voit de nombreuses familles originaires de l'Adrar venir passer quelques jours ou semaines dans les palmeraies. Certains opérateurs, comme les loueurs de véhicules tout-terrain, travaillent à peu près autant lors de ces deux saisons. Les Adrarois, et les familles rurales en particulier, ont également parfaitement assimilé la durée des différents circuits et les jours et horaires de passage des groupes dans leur localité. Ils ont en outre fait leurs les variations de fréquentation qui peuvent se produire au cours d'une même saison : les Nazaréens viennent en plus grand nombre durant les vacances scolaires de février et d'avril que lors des autres mois.

Espace survalorisé par le tourisme en Adrar, le paysage désertique, et notamment le paysage de dunes dépourvues de végétation, semble prendre une autre valeur pour les habitants de cette région. Alors que ces espaces sont traditionnellement considérés comme des espaces extérieurs dangereux, ils sont aujourd'hui vus comme des espaces « utiles » car parcourus par des hommes, en l'occurrence des groupes de touristes accompagnés par des Mauritaniens. Dans la culture bédouine, qui distingue les espaces « vides » (*khle*) ou « immensité » (*usa'*) et néfastes, et les espaces habités et humanisés (*bâdiya*), l'espace devient en effet « utile » dès lors qu'il est parcouru, par le cheptel et/ou par des hommes (Boulay, 2003).

Mais tout en reconsidérant cet espace « vide », les familles qui vivent dans le désert ne cachent pas leur étonnement et leur incompréhension devant ces non musulmans, certes « enchéchés », mais qui marchent en plein soleil dans des espaces dénués de végétation, où eux-mêmes, locaux, ne s'aventureraient qu'avec une raison bien précise (comme la recherche d'une bête égarée). Il faut parfois la médiation du guide pour leur expliquer que les touristes « cherchent ce qu'ils n'ont pas chez eux », qu'ils veulent découvrir des « paysages inconnus » et se

« dépayser »¹⁸. Il explique également, qu'au moment de la saison touristique en Adrar c'est le plein hiver en France, où il fait froid et gris, et que les touristes prennent du plaisir à marcher en plein soleil, quitte à avoir « la peau qui rougit », ce qui étonne toujours les autochtones, qui au contraire valorisent la blancheur de la peau.

Les chameliers employés pour la logistique des « randonnées chamelières » ont dû reconsidérer, au moins le temps du circuit, leurs habitudes de bivouac, comme l'explique le directeur mauritanien d'une des premières agences réceptives de l'Adrar :

Avant 1985, j'ai commencé à encourager certaines familles de chameliers à travailler avec moi, de temps en temps. C'étaient des familles en qui nous avions toute confiance. Mais dans les premières années, les chameliers et les guides ne comprenaient pas les attentes des touristes. Par exemple, ils installaient les bivouacs dans les fonds d'oueds, près des arbres, plutôt que dans les zones de dunes prisées et demandées par les touristes. J'ai eu beaucoup de mal à les convaincre que les touristes recherchaient avant tout les dunes de sable et qu'il fallait absolument répondre à leurs attentes. Et puis, petit à petit, ils se sont adaptés, comprenant que cette activité pouvait être source de revenus (Nouakchott, 21/9/2005).

Néanmoins, le fait que les familles vivant dans les zones parcourues par les petits groupes de touristes soient amenées à repenser leur rapport au désert qui les entoure comme « bon » pour le tourisme, n'autorise aucunement à penser qu'il devient « bon » pour eux aussi.

Patrimoine mondial, patrimoine local et identité « autochtone »

En ville, et à Chinguetti notamment, la terre fait également l'objet d'un mouvement de revalorisation de la part des familles originaires de la ville, entraîné par sa mise en tourisme, traduisant à la fois une course à la spéculation foncière et un attachement à l'héritage légué par les ancêtres :

De nombreuses familles originaires de cette cité, mais qui étaient parties depuis plusieurs années voire plusieurs décennies à Nouakchott ou Nouadhibou, sont en train de revenir y habiter ou restaurent la maison familiale pour la louer à un aubergiste ou à un projet financé par des Occidentaux (CEE, Coopération espagnole ou autre), ou encore placent leurs économies dans des terrains dont les prix ne cessent, actuellement, d'augmenter » (un instituteur, Chinguetti, 30/9/2005).

La mise en valeur de la ville, classée sur la liste du Patrimoine mondial de l'Humanité par l'UNESCO en 1996 (année du premier vol charter sur Atar !), qui toutefois peine aujourd'hui à concrétiser les discours des institutions de protection du patrimoine (État mauritanien, ONG, institutions internationales, ...), notamment en matière de conservation des architectures de la vieille ville et des collections familiales de manuscrits, a pour corollaire direct la revalorisation, par des

18. Le guide joue en effet le rôle très important d'interprète dans les deux sens, des allochtones vers les autochtones, mais aussi des autochtones vers les allochtones.

familles de Chinguetti, de la terre et, secondairement, du bâti existant¹⁹, dans la cité et sa périphérie. Selon une Française qui a créé une agence réceptive ici, avec un associé mauritanien :

Les habitants commencent à revaloriser leurs terrains dans la *batha* [lit de l'oued], à replanter des palmiers dans des terrains pour leur donner de la valeur. Certains préfèrent y faire des jardins. Mais rien de comparable avec Ouadane, qui compte de nombreux jardins et qui produit d'importantes quantités de légumes. Le prix de la terre, des maisons et des loyers a fortement augmenté ces derniers temps. On m'a récemment demandé un loyer de 60 000 UM pour une simple maison dans laquelle je comptais loger mes employés, ce qui est énorme comparé aux prix pratiqués à Nouakchott. Je sais par ailleurs que des hommes se sont récemment réunis pour inciter les habitants à ne pas vendre leurs terres aux Nazaréens. Mais je t'assure que lorsque les Maures veulent de l'argent, ils vendent sans problème (Chinguetti, 1/10/2005).

Cette responsable d'agence, qui a commencé à travailler en Mauritanie en 1997, est aujourd'hui propriétaire de deux ou trois grands terrains bâtis dans l'oued Chinguetti, dont un est actuellement utilisé comme auberge. D'autres « étrangers » achètent des maisons soit dans la vieille ville, soit dans la « ville nouvelle ». L'un d'entre eux, directeur d'agence réceptive, est en train de bâtir une « maison d'hôtes » avec une terrasse panoramique qui permettra à quelques touristes d'admirer la vieille ville ! La tendance chez ces nouveaux propriétaires est de bâtir une première structure en parpaings et ciment, puis de la recouvrir d'un parement de pierres qui ne laisse pas voir la première structure de l'extérieur. Ces nouvelles techniques et architectures ont un impact sur les techniques locales de construction et l'esthétique des maisons.

Ce phénomène récent d'achats de terrains par des étrangers non musulmans commence à soulever chez les anciens de la ville certaines craintes, évoquées par la responsable d'agence française (mais plus comme une contrainte sur son entreprise personnelle), ainsi que par un instituteur :

Les vieux ne sont pas pour la vente de terrains ou de maisons à des Nçâra, ça ne leur plaît pas. Ils se sont opposés à certaines ventes de maisons dans la vieille ville, et ont eu gain de cause pour une maison qui jouxtait la mosquée (Chinguetti, 30/9/2005).

Les effets de la mise en tourisme et en patrimoine de la ville commencent à être craints, dénoncés et combattus par l'autorité morale de la ville, l'assemblée des anciens, au titre d'une identité autochtone largement fondée sur le prestige religieux de la cité et sur l'appartenance aux deux tribus maraboutiques qui se partagent le pouvoir politique à Chinguetti depuis des siècles. Cette démarche est donc le reflet d'une crainte plus générale pour l'intégrité de l'identité locale, pour laquelle les anciens considèrent, aujourd'hui, que les Nazaréens qui achètent des terrains et profitent le plus de l'économie touristique locale sont une menace.

19. Mais plutôt que restaurer, les familles préfèrent reconstruire leur maison plus loin, suivant en cela la tradition locale qui accorde assez peu d'importance (sauf dans la thématique poétique de la nostalgie) au reste, à la ruine, au vestige, qui passent dans le domaine du « vide » et de ses « habitants », les djinns.

Mais la « menace » extérieure n'est pas seulement le fait d'étrangers, elle peut également émaner d'acteurs mauritaniens comme l'illustre l'affaire de l'installation, par l'opérateur de téléphonie MAURITEL, d'un pylône de télécommunications en plein cœur de la vieille ville caravanière de Ouadane, elle aussi classée sur la liste du Patrimoine mondial de l'UNESCO en 1996. Ce fait récent (hiver 2005) a provoqué une levée de boucliers de la part d'un groupe de cadres originaires de cette ville, qui a publié dans la presse nationale un texte collectif exprimant l'incompréhension et l'écœurement des habitants de la ville :

Leur désabusement ne s'explique pas seulement par les rapports affectifs qui les lient à la ville de leurs ancêtres, mais également par les retombées négatives que pourrait engendrer sur leurs activités l'installation d'un outil de technologie moderne peu discret. Le patrimoine culturel est, en effet, l'une des principales sources de revenus des habitants grâce aux apports de l'activité touristique qui connaît un essor constant depuis la dernière décennie (*Nouakchott Info*, n° 884, 25/11/2005).

Même si les Mauritaniens n'en sont pas (encore) venus, comme les Balinais, à « prendre l'image de leur produit touristique pour marque identitaire de leurs productions culturelles » (Picard, 2001, p. 118), ils commencent à utiliser leur « patrimoine », labellisé par une instance internationale reconnue et valorisé par dix ans de tourisme organisé, pour défendre leurs intérêts économiques locaux face à l'extérieur. Il y a encore quelques années, ce pylône n'aurait-il pas au contraire été perçu comme un signe prestigieux de modernité et parfaitement accepté voire valorisé par ces mêmes cadres ? Le tourisme, ainsi que la valorisation voire la marchandisation du patrimoine desquelles il procède, sont bien dans ce cas de puissants facteurs de reformulation de l'identité autochtone et des armes privilégiées pour sa défense.

Pour conclure, rappelons que ce tourisme de désert se traduit avant tout par la rencontre de deux cultures, à la fois fort distinctes et présentant une sorte d'histoire commune. Dans cette rencontre, qui s'opère à l'aéroport puis dans le cadre du circuit dans le désert, le guide est à l'interface du réseau des opérateurs et des groupes de touristes et, en tant que tel, il joue un rôle clé dans la « fabrication » de relations sociales et culturelles entre autochtones et allochtones, qui pourront déboucher sur des réseaux d'« amitié » translocaux. En outre, il s'agit d'un tourisme surinvesti d'une idéologie « solidaire », qui cache mal une économie concurrentielle, dictée depuis la France, ayant certes permis à certains personnages locaux de « réussir » et de gagner un statut social supérieur à celui qu'ils détenaient, mais qui s'avère finalement peu favorable à un développement économique équilibré de l'Adrar. Le tourisme est assimilé localement à une ressource parmi d'autres, qu'il faut exploiter au présent, si possible en constituant des partenariats avec des étrangers. Cette nouvelle activité a encouragé les Adrarais à reconsidérer les saisons « creuses » de l'année et les espaces « vides » en temps et espaces « utiles ». Elle leur a enfin fait prendre conscience de la valeur marchande de leur « patrimoine », un concept lui aussi exogène et employé depuis peu en Mauritanie, et de son importance dans l'affirmation et la défense de l'identité locale.

Aujourd'hui, la destination montre des signes d'essoufflement, dix ans seulement après son lancement. Comme l'explique F. Michel « le tourisme dit "culturel" »

meurt pour la même raison qu'il existe : la quête incessante de la diversité culturelle » (2002, p. 480). Outre l'effet de mode qui s'altère, il semble que la Mauritanie fasse surtout les frais de stratégies commerciales décidées par des affréteurs et des tour-opérateurs français influents, brisant d'un coup la dynamique suivie par un ensemble de petits acteurs locaux. Mais pour les Adrarois, toute ressource est éphémère et substituable, et les gisements de pétrole onshore récemment découverts pourraient bien à l'avenir remplacer les groupes de touristes.²⁰

BIBLIOGRAPHIE

- APPADURAI A. [2005], *Après le colonialisme. Les conséquences culturelles de la globalisation*, Paris, Petite bibliothèque Payot, 334 p.
- BIERSCHENK T., CHAUVEAU J.-P., OLIVIER DE SARDAN J.-P. (éd.) [2000], *Courtiers en développement. Les villages africains en quête de projets*, Paris, Karthala, Mayence, APAD, 318 p.
- BONTE P. [2001], *La montagne de fer. La SNIM (Mauritanie) : une entreprise minière saharienne à l'heure de la mondialisation*, Paris, Karthala, 368 p.
- BOULAY S. [2003], *La tente dans la société maure (Mauritanie), entre passé et présent. Ethnologie d'une culture matérielle bédouine en mutations*, thèse de doctorat du Muséum national d'Histoire naturelle en ethnologie et anthropologie, Paris, 615 p., 89 planches.
- BOULAY S. [2006], *Le Tourisme organisé dans l'Adrar mauritanien : une approche anthropologique*, Rapport de recherche contractuelle, SOMASERT/Muséum national d'Histoire naturelle.
- LE MENESTREL S. [2002], « L'expérience louisianaise. Figure touristique et faux-semblant », *Ethnologie française*, vol. XXXII, n° 3, p. 461-473.
- MICHEL F. [2002], « "hello Mister !" : quand les autochtones rencontrent les touristes en Indonésie », *Ethnologie française*, vol. XXXII, n° 3, p. 475-487.
- OFFNER J.-M., PUMAIN D. (dir.) [1996], *Réseaux et territoires. Significations croisées*, Paris, L'Aube, 284 p.
- PICARD M. [2001], « Bali : Vingt ans de recherches », *Anthropologie et sociétés, Tourisme et sociétés locales en Asie orientale*, n° 25/2, p. 109-127.
- URBAIN J.-D. [2002], *L'idiot du voyage, Histoires de touristes*, Paris, Petite bibliothèque Payot, 354 p.
- WARNIER J.-P. [1996], « Introduction. Les processus et procédures d'authentification de la culture matérielle », p. 9-38, in J.-P. Warnier, C. Rosselin (éd.), *Authentifier la marchandise. Anthropologie critique de la quête d'authenticité*, Paris, L'Harmattan, 261 p.

20. Je remercie amicalement Marie-Luce Gélard, Véronique Pardo et Cécile Mozziconacci de leurs remarques et suggestions de corrections sur ce texte.

Trois expériences égyptiennes de la rencontre touristique

*Sandrine Gamblin**

Nous proposons d'aller à la rencontre de trois Égyptiens dont le point commun est d'être, par leurs compétences, leur lieu de résidence et/ou leur choix professionnel, en contact quotidien avec des touristes étrangers, majoritairement occidentaux¹. Notre regard porté sur ces hommes ne s'intéresse pas à la relation *hosts and guests* telle qu'elle est construite « classiquement » par l'anthropologie du tourisme, pour laquelle cette relation constitue un principe structurant des expressions identitaires locales, le plus souvent posées en termes soit d'acculturation, soit de résistance [Smith, 1977 ; Abram, 1997]. Nous traitons la rencontre touristique dans ce qu'elle implique et signifie pour ces hommes en termes de choix de vie et de modalités d'actions ; en quoi ces choix et ces actions redéfinissent-ils plus largement leur relation d'individu au groupe, au-delà du champ touristique proprement dit ?

Goma'a, la cinquantaine, et Sayd, d'une dizaine d'années plus jeune, sont tous deux originaires de Louxor, région située dans le sud de l'Égypte et qui doit sa réputation internationale au site antique de Thèbes, classé par l'Unesco au patrimoine mondial. Louxor, qui compte environ 200 000 habitants, est un haut lieu du tourisme international en Égypte depuis le XIX^e siècle, devant sa réputation et sa raison d'être à ses vestiges pharaoniques, aux égyptologues et aux visiteurs occidentaux, touristes et voyageurs². S'y concentrent les sites archéologiques les plus

* Institut d'Études Politiques de Paris, Centre d'Études et de Documentation Économiques et Juridique, Le Caire.

1. Nous avons rencontré ces trois personnes il y a plus de dix ans, alors que nous effectuions un premier travail d'enquêtes entre 1995 et 1998. Tous trois commençaient alors leur projet dans le tourisme. Nous avons donc pu en suivre les différentes étapes de mise en œuvre et y participer à l'occasion. Au-delà de la relation d'enquête, l'échange établi nous a ouvert de multiples portes sur une société que nous avions l'ambition de saisir au-delà des limites de la recherche qui motivait au départ notre présence en Égypte. Celle-ci s'est prolongée jusqu'à aujourd'hui, transformant et pérennisant les relations établies avec ces trois personnes et leur famille.

2. Rappelons que la formule moderne du voyage organisé est expérimentée hors Europe par Thomas Cook en 1869, à l'occasion de l'inauguration du Canal de Suez. L'événement marque la main mise des puissances européennes sur l'Égypte mais aussi le contrôle exclusif par Thomas Cook des transports maritimes et fluviaux et des établissements touristiques dans le pays. L'agence britannique construit à Louxor les premiers hôtels de standing international à partir des années 1870. Sur Louxor au début du siècle dernier [Gamblin, 2006].

prestigieux : temple de Louxor et de Karnak sur la rive est, vallée des Rois, tombeau de Toutankhamon et temple de Hatchepsout sur la rive ouest, dans le village de Gurna³.

Tala'at, la trentaine, est lui originaire de Bahariya, oasis du désert occidental situé à environ quatre cents kilomètres du Caire. Le village principal compte au dernier recensement national de 1996 6 500 habitants sur une population totale d'environ 25 000 personnes. Le tourisme d'aventure s'y est développé depuis les années quatre-vingt dix à la faveur des nouvelles tendances internationales, permettant ainsi de diversifier l'offre touristique égyptienne et de valoriser de nouvelles régions. La découverte de centaines de momies ptolémaïques et l'ouverture d'un musée en a fait récemment une destination culturelle située à seulement cinq heures de route du Caire.

Tous trois partagent aujourd'hui leur temps entre l'Europe et l'Égypte. Travailler dans le secteur touristique ne signifie pas tant entrouvrir les portes d'une éventuelle émigration que réunir les conditions de réussite dans un système égyptien où l'ascenseur social fonctionne très difficilement. Les parcours de ces trois entrepreneurs touristiques s'inscrivent en outre dans des processus plus larges de transformation de territoires économiquement stratégiques et nous donnent ainsi à saisir l'articulation entre des politiques étatiques incitatives qui consistent à faire officiellement du tourisme un levier de développement national et régional, les réalités socio-économiques locales et les aspirations individuelles. Enfin, pouvons-nous lire à travers ces portraits trois points de vue du rapport à l'Occident. Ces hommes semblent constamment à la recherche de ressources et de modalités d'action transversale afin de concilier des mondes de valeurs qui souvent s'entrechoquent plus qu'elles ne s'échangent. C'est pour le moins l'hypothèse qui nous conduit au départ à nous intéresser à ces trois individus ; hypothèse que nous reformulons plus simplement : comment et pourquoi choisit-on de travailler dans le tourisme ? Peut-on d'ailleurs parler de choix, dès lors que les options d'enrichissement économique individuel sont limitées : avec plus de 8,5 millions de visiteurs et 7 milliards de dollars de recettes en 2005, le secteur touristique constitue en Égypte la première ressource en devises de l'État et génère plusieurs millions d'emplois directs et indirects⁴. L'appât du gain, rapide et consistant, est certes un motif premier à s'engager dans l'activité touristique. En revanche, il nous semble qu'à ce calcul initial s'attache des motivations qui relèvent de considérations et d'aspirations beaucoup plus complexes.

Travailler dans le tourisme : « la rue de la réussite »

Faire de l'argent : c'est bien la raison première qui a incité Goma'a à se lancer au début des années quatre-vingts dans le tourisme, qui compte alors en Égypte à

3. Pour une anthropologie sociale et historique de ce village singulier [Van der Speek, 2005].

4. Les estimations sur l'emploi varient selon les sources et les intentions. D'après les déclarations du ministère du Tourisme, le tourisme générerait entre 1 et 10 millions d'emplois directs et indirects. Des économistes évaluent autour de 2,5 millions le nombre d'emplois créés directement et indirectement par les activités touristiques, à la fin des années quatre vingt dix [Tohamy, Swinscoe, 2000].

peine deux millions de visiteurs⁵. Étudiant, communiste et grand lecteur, ses activités militantes lui valent la prison et la rupture avec son père, à qui les rumeurs lui rapportent que son fils ne fait plus la prière, boit de l'alcool et milite dans des groupes d'extrême gauche. À son retour à Louxor, diplôme en poche, le salaire qu'il touche comme enseignant ne permet pas de subvenir aux besoins de ses frères et sœurs dont il a la charge depuis le décès du père. « À l'époque, nous rappelle Goma'a, il y avait trois secteurs où tu pouvais faire de l'argent, et rapidement : le marché noir des devises, la drogue et le tourisme ». Goma'a travaille d'abord pour différents agents touristiques du Caire, puis établit son agence et voyage régulièrement en Europe. Observant l'importance croissante des touristes anglais à Louxor, il décide au début des années quatre-vingt dix de créer un lieu inédit : un pub anglais, avec billard et fléchettes, musique pop, bière et whisky au bar, *beef pie* et *mash potatoes* au menu. Il lui manque toutefois une partie du capital, à savoir un partenaire qui amènerait les 250 000 livres nécessaires (soit environ 35 000 euros d'aujourd'hui). La mise en œuvre du projet tient à ce qui relève de l'improbable : une rencontre touristique, à contre courant des clichés portés sur les hommes de Louxor, « ville de toutes les arnaques »⁶. Un homme d'affaires sud-africain, de passage pour quelques jours à Louxor, accorde à Goma'a la somme manquante⁷. Le pub devient très rapidement une entreprise florissante, en dépit des périodes de crise qui touchent le secteur à la suite d'attentats contre des touristes⁸. Goma'a est aujourd'hui un homme respecté à Louxor. Il reste fidèle à ses convictions politiques et se targue d'une gestion sociale de son établissement. Il rétribue une vingtaine d'employés selon ce qui lui semble être juste, leur finance une assurance maladie, et ne licencie personne sous prétexte de crise. Athée dans l'âme, Goma'a aime à serrer la main de ses clients en lançant, mi-provocateur, mi-sérieux, « *Hi, I am a communist* », et rappelle que ses trois idoles sont Akhenaton, Marx et Bob Marley.

Le pub est un lieu pour touristes étrangers, certes : la clientèle anglo-saxonne est la première visée et l'ardoise immuablement accrochée au-dessus du bar depuis dix ans, et sur laquelle on peut lire « *coktail of the day : sex on a felucca* », donne le ton. Pourtant, contrairement aux autres lieux de consommation touristique, à savoir les hôtels et les bateaux de croisière, les Égyptiens y sont aussi admis, sans

5. Nous invitons le lecteur à retrouver plus longuement Goma'a dans l'ouvrage de Fanny Colonna [Colonna, 2003]. Il y est peu question de tourisme. Le motif de la rencontre entre la sociologue et Goma'a est lui dans le cadre d'une longue enquête sur les diplômés de la province égyptienne.

6. *Guide du Routard* (édition 2000), pour ne citer que celui-ci.

7. Pour la petite histoire : le partenaire de Goma'a n'a plus donné signe de vie pendant dix ans. Il réapparaît lors d'un ultime voyage d'agrément alors que son entreprise en Afrique du Sud a fait faillite. L'homme s'accorde quelques jours de vacances avant d'affronter une nouvelle vie, moins faste. Arrivé à Louxor, il découvre alors un compte en banque à son nom sur lequel Goma'a a fait verser durant toutes ces années la part des bénéfices (avec intérêts cumulés) qui lui revenait.

8. Entre 1992 et 1995, plusieurs attentats ont été commis contre des touristes étrangers par des groupes islamistes radicaux. En 1997, l'attentat du temple d'Hatshepsout, sur la rive ouest de Louxor, a profondément ébranlé l'Égypte (et le monde), en faisant 62 morts dont 58 touristes étrangers. Les groupes radicaux égyptiens, profondément partagés, ont alors annoncé l'arrêt des actions terroristes. Les attentats ont repris en octobre 2004, dans le Sinai et au Caire, selon des modes opératoires d'action et de commandement visiblement soutenus par des réseaux internationaux, dans un contexte régional marqué par le 11 septembre 2001, la seconde Intifada et la guerre en Irak.

restriction ; y viennent les notables locaux, fonctionnaires et commerçants, entre amis parfois en famille. Goma'a a su créer un lieu tout à fait inédit, situé en dehors des complexes touristiques, dans une ville qu'il qualifie de « schizophrène » et que les politiques d'aménagement ne cessent de quadriller au bénéfice exclusif de la clientèle étrangère. Les populations restent en grande partie exclues des circuits locaux de distribution de la rente touristique. Louxor combine ainsi des caractéristiques socio économiques disparates que la géographie des lieux révèle : le centre urbain, *vitrine de l'Égypte sur le monde*, selon l'expression officielle, concentre les temples et les hôtels, et suscite un intérêt quasi passionnel des pouvoirs publics et des bailleurs de fonds internationaux, au nom de la protection du patrimoine et du développement du tourisme⁹. Aux périphéries proches, les quartiers informels, les villages et leur population cumulent en revanche les signes de mal développement qui caractérisent le sud de l'Égypte dans son ensemble : secteur agricole en crise, désengagement de l'État et déficience des services publics, aide au développement insuffisante et inégalement répartie. Sans peu de considération pour les populations locales, le mot d'ordre en matière d'aménagement de la région est généralement celui de l'éviction des sites archéologiques et touristiques de ses occupants indésirables¹⁰. Pourtant, la proximité aux sites archéologiques est un donné géographique, historique et économique essentiel à la survie de populations qui vivent principalement du tourisme et des activités de service associées. Cette proximité permet encore aujourd'hui la redistribution locale d'une (petite) partie des revenus générés par un secteur touristique structuré par des logiques de monopole économique venu d'ailleurs, du Caire ou de l'étranger.

Sayd, originaire du village de Gurna, sur la rive ouest, fait ainsi partie de ces populations situées aux marges des circuits de la rente touristique. Pour lui, le tourisme ne fut pas un choix mais l'unique option pour s'en sortir. Sa famille possédait une maison au cœur de la nécropole thébaine, mais pas de trésor à exploiter. Le père vendait des scarabées en résine ou en albâtre à l'entrée de la vallée des Rois et faisait cultiver un bout de terrain en contrebas de la montagne. Le tourisme, sa famille en vit depuis plusieurs générations, et les enfants sont mis à contribution depuis leur plus jeune âge à la vente de souvenirs pharaoniques ou de petites poupées de chiffon confectionnées à la maison, permettant ainsi de générer quelques revenus directement reversés aux femmes. À la mort du père et sous la pression des autorités locales, la famille « descend » de la montagne à la fin des années quatre-vingts pour s'installer en lisière des terres agricoles, à quelques centaines de mètres des sites de la nécropole. Deuxième fils d'une fratrie de cinq

9. Louxor a connu depuis les années soixante-dix près d'une dizaine de plans d'aménagement en tous genres, financés pour certains par l'UNESCO, la Banque mondiale ou encore, pour le dernier en date (1997-2005), par le Programme des Nations Unies pour le Développement, soit un budget de plus de deux millions de dollars. Ce *master plan* prévoit de vider une partie du centre urbain pour faire de Louxor une ville-musée (*open-air museum*). Les populations, pour celles qui ont les moyens d'accéder à la propriété, seraient relogées dans une ville nouvelle en construction dans le désert, *New Theba*. Une seconde ville nouvelle, *New Luxor*, devrait accueillir une partie des dix millions de touristes internationaux visés à l'horizon 2017.

10. Sans grand résultat jusqu'à présent, et parfois avec confrontation violente : en janvier 1998, dans le village de Gurna, sur la rive ouest, la tentative de démolition d'une maison a suscité des heurts violents entre populations et forces de l'ordre, entraînant la mort de quatre villageois.

garçons et de deux filles, Sayd est le premier à avoir accompli un second cycle scolaire et obtient un diplôme professionnel dont le seul intérêt est d'écourter le temps de conscription dans l'armée. Son frère aîné a repris l'échoppe du père de la vallée des Rois et lui, Sayd, tire quelques revenus des rencontres touristiques. Son rêve est de construire un magasin d'albâtre et, surtout, un restaurant.

Marié très jeune à une Allemande de trente ans son aînée, Sayd commence à voyager en Europe et s'installe en Allemagne. Il y fait là-bas une rencontre déterminante : une famille jamaïcaine qui l'initie à la culture rasta. Sayd porte des dreadlocks et voue un véritable culte à Bob Marley avec lequel il entretient une ressemblance physique indéniable. La vente d'albâtre et l'aide financière de sa femme allemande lui permettent de réunir un premier capital pour la construction du magasin : ses deux frères en prennent la gestion pendant qu'il se charge des relations à l'étranger et des contacts avec les agences du Caire. L'affaire bénéficie de la conjoncture de l'après guerre du Golfe : l'été 1992 enregistre des records de visites touristiques. En novembre 1994, des inondations violentes emportent la maison familiale. Seul un étage du nouveau bâtiment est construit, occupé par le magasin d'albâtre. Sayd décide alors de revenir s'installer au pays et de construire une nouvelle maison où chaque membre de la famille possède un appartement, à plusieurs kilomètres des sites, à l'intérieur des terres agricole. Au dessus de la fabrique d'albâtre, il décide de construire un second étage pour y faire le restaurant de ses rêves. La localisation est idéale : en lisière du désert, au bord de la route principale où défilent chaque jour des dizaines de bus touristiques lors des périodes fastes, la terrasse offre un panorama superbe sur la montagne thébaine d'un côté, sur la campagne égyptienne et le Nil, de l'autre. Le restaurant ouvre ses portes en 1996. Un hebdomadaire national consacre, dans sa rubrique « la rue de la réussite », l'histoire exemplaire de ce jeune entrepreneur du tourisme, parti de rien, quelque peu excentrique (son style rasta), et qui fait le choix du retour au pays plutôt que de poursuivre une vie confortable en Allemagne¹¹.

La réussite de Sayd rejoint en certains points le parcours de Tala'at, bédouin de Bahariya. Celui-ci est aussi évoqué en exemple dans la presse égyptienne francophone, pour une autre raison : celle de son mariage avec une jeune Française¹². En effet, les mariages avec les touristes étrangères attirent de plus en plus l'attention médiatique, étrangère comme égyptienne, mais faisaient jusqu'alors surtout la réputation des hommes de Louxor, destination inscrite sur la carte du tourisme féminin occidental, à l'instar de Cuba, du Sri Lanka ou du Kenya. Longtemps tabou, le sujet est aujourd'hui un *leitmotiv* de la presse populaire, fait débat à la télévision, et se pose généralement en termes de déperdition morale et de conséquences sur la structure familiale et sur les relations de genre dans la société égyptienne. Au-delà de cet intérêt médiatique pour un phénomène qui touche

11. *Al-Ra'ya*, 5 mars 1996 (en arabe).

12. Le bi-mensuel est essentiellement animé par des journalistes français (*La revue d'Égypte*, septembre 2005 : l'article en question est accessible sur internet : <http://www.larevueegypte.com/Article.aspx?ArticleID=6156>).

aujourd'hui toutes les régions touristiques d'Égypte, le parcours de Tala'at et de sa famille est un autre exemple de réussite catalysée par la rencontre touristique ; non pas celle avec une étrangère, à l'instar de Sayd et comme son mariage avec une Française pourrait le laisser entendre, mais celle de son père avec un couple de touristes autrichiens.

Tala'at est issue de la première *génération tourisme* de Bahariya. Son père sillonne à l'occasion le désert depuis les années quatre-vingts, alors que la route qui relie le Caire à l'oasis vient à peine d'être asphaltée, transportant avec elle quelques touristes égarés ou passionnés de grands espaces. Les safaris, activité économique alors marginale, constitue un appoint à son salaire d'employé municipal et aux revenus de la terre qu'il possède avec sa famille. Le tourisme d'aventure prend réellement son essor à la fin des années quatre-vingt dix, à la faveur d'une demande internationale croissante : les hôtels et les voitures tout terrain se multiplient en deux ou trois ans à peine pendant que l'organisation des circuits se fait de plus en plus via des agences situées au Caire ou directement avec les tour operator étrangers, grâce à la modernisation récente du centre téléphonique et la connexion de l'oasis au réseau internet. Jusqu'alors, la famille de Tala'at possédait une voiture, un Toyota modèle soixante dix au confort sommaire et très répandu dans l'oasis. Tala'at offrait ses services de chauffeur et de guide selon les arrivées de touristes. Le tourisme international à Bahariya passe à une autre échelle dès lors qu'un Allemand, en partenariat avec un tour operator égyptien du Caire, ouvre en 1996 le premier hôtel de standard international. L'augmentation concomitante de la demande touristique, la rationalisation des services touristiques ainsi que l'apparition d'un premier monopole (l'hôtel), a littéralement fait imploser les réseaux informels d'activités qui jusqu'alors étaient tenues par quelques locaux et fondées essentiellement sur des logiques de solidarité familiale. L'intrusion des agents du Caire et d'ailleurs commence alors à menacer les artisans du tourisme de l'oasis, tels que Tala'at et son père, qui attendent avec d'autres l'arrivée du bus en provenance de la capitale, avec son lot de voyageurs étrangers individuels.

Pour Tala'at, le basculement d'artisan à entrepreneur dans un tel contexte de changement structurel du secteur, tient à la rencontre d'un couple d'Autrichiens proches de la retraite, précurseurs du tourisme d'aventure dans la région, et avec lesquels le père a noué une relation régulière depuis plusieurs années. Le projet commun consiste à construire un camp bédouin dans une palmeraie (les terres appartiennent à la famille), située en plein désert à quelques kilomètres du village, et pourvue d'une source d'eau chaude naturelle à la température idéale. Le père, par son emploi à la municipalité, obtient les autorisations nécessaires à la construction, puis la connexion au réseau électrique, et enfin, une route asphaltée. Dotés d'infrastructures d'accueil et d'une seconde voiture tout terrain de modèle plus récent et plus confortable, père et fils sont en mesure de proposer des services touristiques intégrés, de l'accueil au village à la prise en charge dans le désert. La famille fournit la main-d'œuvre et fonctionne dès lors comme une petite entreprise d'une dizaine d'actifs, limitant à l'essentiel, à savoir aux relations avec les agences touristiques du Caire ou de l'étranger (fonction essentielle de Tala'at), les liens de

dépendance externe. En cinq ans, l'entreprise familiale se dote de cinq voitures tout terrain des modèles les plus récents et des plus confortables. Tala'at part dorénavant très rarement dans le désert et gère ses affaires à partir du Caire ou du village, en liaison constante avec ses groupes et son personnel par téléphone satellitaire. Il fait récemment l'acquisition, en plein village, d'un verger qui comprend deux corps de ferme ancienne à rénover et une source naturelle d'eau chaude. Son projet, le premier du genre initié par un oasisien, est d'établir une *guest-house*.

L'oasis est, par définition, un écosystème fragile. L'agriculture en est la principale ressource de revenus, aujourd'hui progressivement substitués par l'exploitation touristique des ressources naturelles, désert et sources d'eau chaude. Celles-ci révèlent néanmoins déjà d'inquiétantes dégradations : en moins de cinq ans, les sources majeures exploitées pour l'irrigation et le plaisir des touristes, montrent des signes de tarissement pendant que les principaux déserts exploités subissent, sans contrôle et sans mesure d'information préalable, un nombre croissant de visiteurs et de véhicules en tous genres. L'oasis, pourtant administrativement rattachée au gouvernorat de Guiza (le Caire), demeure loin des centres politiques de décision et d'aménagement, ne fait l'objet d'aucun programme de protection et de régulation et reste totalement ignorée des bailleurs de fonds internationaux. Les nouveaux hôtels sont le plus souvent construits en briques et béton, sur plusieurs étages, sans souci esthétique et environnemental. D'une certaine manière, Tala'at, avec son camp bédouin et son projet de *guest house* se situe à contre courant des pratiques locales de l'accueil touristique tout en s'inscrivant dans les rhétoriques internationales de tourisme durable.

Pourtant, aussi visionnaires puissent-ils paraître, les projets de Tala'at restent ancrés dans une conception isolée et personnelle qui résulte de rencontres et de conseils d'amis, touristes d'Europe ou résidents étrangers en Égypte, dont les conceptions de l'aménagement touristique sont largement formatées par les stéréotypes produits sur les sociétés arabes, bédouines en l'occurrence. En outre, la protection de l'environnement ne constitue pas la motivation première de Tala'at mais répond à une demande étrangère explicite. D'ailleurs, aucun cadre général et institutionnel ne permet de soutenir son projet dans cette direction et de lui accorder les moyens effectifs en matière d'étude de faisabilité ou de conseil en énergie renouvelable, par exemple ; autant de domaines techniques nécessaires à la mise en œuvre d'un projet durable qui impliquent des compétences localement inexistantes ou limitées chez les partenaires étrangers potentiels de Tala'at. La dimension environnementale s'inscrit avant tout dans une stratégie marketing, en rapport à ce qu'attendent les touristes et ce qui se fait en Europe (Tala'at y voyage tous les étés). Quant à la dimension culturelle bédouine, elle répond tout autant aux attentes de la clientèle étrangère qu'elle participe chez Tala'at de convictions personnelles.

En effet, celui-ci se veut promoteur d'une culture bédouine *authentique* : son camp *bédouin* en témoigne, par l'expression elle-même. Il est composé d'un espace central dédié aux invités, sur le mode de l'hospitalité bédouine : un feu au centre permet de faire le thé *à la bédouine*. Des festivités *bédouines* y sont organisées. Tala'at les veut bien sûr authentiques, à savoir composées de musiciens du

crû¹³. Depuis quelques temps, face à la demande touristique croissante, les groupes de musique de l'oasis font appel à des musiciens *étrangers*, venus du Fayoum, de Siwa ou de Marsa Matrouh – soit trois régions peuplées en partie de bédouins [Altorki, Cole, 1998]. Ils associent parfois une chanteuse, voire même une danseuse, conformément aux attentes des visiteurs étrangers (la fameuse danseuse orientale), dans un esprit de synthèse marketing bien ciblée. La chose était encore impensable dans le village il y a quelques années, où seuls les hommes dansent en public et reproduisent des danses traditionnelles de femmes. Le conservatisme et les codes religieux sont de rigueur au village ; les femmes sont toutes voilées et très peu travaillent.

La quête d'authenticité chez Tala'at investit jusqu'à l'espace privé et familial. Ainsi, la maison récemment construite reflète, dans son agencement et sa décoration, une part des valeurs dites bédouines que Tala'at veut promouvoir : la pièce principale est réservée aux invités et se compose de banquettes basses distribuées contre les murs. Des rideaux habillent ceux-là et, singularité du lieu qui fait la fierté du propriétaire, le plafond est chargé de moulures en stuc aux formes complexes et peintes aux couleurs pastel et dorées. Tala'at désigne ce travail d'artisan venu du Caire comme typiquement bédouin, ou plus précisément, *'arab*, en référence à la péninsule arabique, terre du prophète. Ainsi, les influences libyques attestées dans le dialecte des oasiens et dans l'histoire du peuplement de la région sont-elles ici ignorées au nom d'une culture bédouine réinterprétée selon une double intention. La première est destinée aux touristes étrangers et se nourrit des stéréotypes courants qui se télescopent parfois avec certaines valeurs locales importées. Le retour des migrants des pays du Golfe est par exemple un facteur essentiel de transformation des goûts et des pratiques dans les foyers égyptiens, notamment en matière de décoration intérieure et d'habillement. Ainsi le pantalon ou le *sarwal* oasien sont troqués contre une *gallabeya* immaculée, agrémentée d'un *shaysh* (foulard) porté à la saoudienne et de lunettes Ray Ban. Le style néo-bédouin oasien répond pleinement à l'imagerie touristique occidentale, tout en se conformant aux tendances d'*arabisation* à la saoudienne des mœurs locales.

La seconde intention répondrait à une quête de conformité sociale endogène, vis-à-vis des gens de l'oasis. Travailler dans le tourisme ne fait pas bonne réputation. Métonymiques de la rencontre touristique, les mariages avec les étrangères se sont multipliés en quelques années, dévoilant du même coup les modes d'enrichissement peu honorables de certains. La pratique est ostentatoire, dans un village où l'endogamie et les solidarités familiales structurent la vie sociale et économique de l'oasis. Chez Tala'at, l'*arabisation* des valeurs, au sens d'une réinterprétation du

13. La notion est à nuancer : une observation de la structure de la propriété foncière et l'histoire du peuplement de l'oasis inciteraient plutôt à penser que celle-ci est avant tout un lieu de circulation importante où se sont fixées des populations pas nécessairement bédouines, originaires de régions très diverses. Ceci tient d'une part à la proximité de l'oasis et son rattachement administratif avec le Caire ; mais aussi à son emplacement géographique, sur les routes de la vallée vers la Libye ou vers le Sud. On peut observer dans l'oasis la présence de gens de la vallée, à savoir des agriculteurs non bédouins : par exemple, la propriété achetée par Tala'at appartenait à un propriétaire terrien de Miniya, région située dans la vallée du Nil à quelques centaines de kilomètres au sud du Caire.

mode de vie bédouin à l'aune des valeurs religieuses largement importées de la péninsule arabique (outre l'émigration, les chaînes satellitaires de prédication sont aussi des vecteurs primordiaux de transmission de ces valeurs, dans une société où la télévision est le loisir principal), viendrait alors compenser des pratiques de mariage exogame, moralement condamnables mais hautement stratégiques, financièrement (enrichissement matériel) et symboliquement (matérialisation des réseaux avec l'étranger).

Tourisme, stratégies matrimoniales et image sociale

Ainsi, le mariage récent de Tala'at avec une jeune Française, aussi idéalisé qu'il puisse paraître dans le récit accordé au journaliste étranger et aux touristes de passage, n'est pas moins une formalité pratique (Tala'at voyageait à l'étranger déjà bien avant d'avoir rencontré sa femme) qu'un faire-valoir local auprès de ses pairs et des habitants du village : en effet, sa femme est *jeune* et ne participe pas directement ni financièrement aux projets du jeune homme. Ce mariage « hors norme » fait double sens en rapport à un premier mariage : Tala'at a épousé une cousine germaine, selon les modalités courantes d'entente entre les familles, sans concertation des intéressés. Au faîte de son succès de jeune entrepreneur, il cumule un mariage dans les plus strictes conventions locales, et un mariage avec une jeune étrangère où l'amour et le partage des valeurs sont deux éléments invoqués et revendiqués, à contre courant des stratégies matrimoniales touristiques pratiquées.

Tala'at rejoint d'une certaine manière Goma'a, lequel s'est aussi marié avec une étrangère, plus jeune que lui et sans fortune. Dans les deux cas, le geste apparaît matériellement désintéressé tout en accordant à la personne bénéficiaire la distinction symbolique à laquelle elle aspire, en termes d'image sociale, pour Tala'at, d'intellectuel internationaliste, pour Goma'a. Ce désir de distinction s'adresse notamment à ceux qui ne travaillent pas dans le tourisme et qui voudraient faire de celui-ci un espace moralement condamnable de la rencontre touristique (réduite aux mariages avec les étrangères quinquagénaires) pour des jeunes Égyptiens prêts à tout pour un passeport et un capital à investir dans une cafétéria, un hôtel, une felouke ou une voiture tout terrain. Goma'a a écrit à ce sujet un article dans un hebdomadaire national populaire¹⁴. Il y adopte la position de celui qui connaît le phénomène - son pub est un lieu d'échanges du genre, tout en invoquant la distance de l'observateur à ces jeunes égyptiens dont il évoque l'histoire. L'acte même d'écrire un article sur le sujet lui permet d'affirmer sa non appartenance à une catégorie stigmatisée d'actifs du tourisme et d'insuffler, par sa propre histoire, une autre image de la rencontre touristique. Mais la comparaison entre les deux hommes s'arrête ici.

Goma'a, par son passé et ses convictions politiques, n'a que faire d'une réputation de notable et sa réputation d'homme public s'est construite sur d'autres terrains. Il est issu par sa mère de la famille des *Hajjajî*, dépositaires du patrimoine

14. *Nisf al-Dunia*, 7 mars 1998.

historique et religieux de Louxor. Son père était par ailleurs un fonctionnaire exemplaire et respecté de la ville. Le pub, parce qu'il autorise la mixité des genres et bénéficie d'un capital familial hérité puis consolidé, est devenu un espace de négociations et d'interactions locales au sein duquel Goma'a fait office d'arbitre et d'intermédiaire. Son passé et ses convictions communistes le déchargent par ailleurs de toutes accointances avec les autorités policières et politiques de la ville, qu'il connaît pourtant bien, alors que son parcours universitaire, sa grande culture et sa réussite dans les affaires, forcent le respect des notables locaux et des représentants de l'ordre public. L'ensemble de ces qualités lui confère au final une image d'impartialité et de neutralité, l'associant, à son corps défendant, à la classe des notables de la ville. Enfin, ses activités littéraires lui confèrent une image de lettré qui entretient la distinction. Il est proche d'écrivains célèbres, il écrit régulièrement des articles dans la presse et travaille à un ouvrage de portraits et de témoignages de « gens ordinaires » de Louxor. Il n'en est que plus respecté dans ce rôle qui se combine à ses activités d'entrepreneur qui réussit et de fils du pays (*ibn al-balad*) engagé dans sa ville.

En revanche, chez Tala'at, dont le capital familial et intellectuel est beaucoup moins prestigieux, la quête de reconnaissance est un moteur patent des ambitions du jeune homme. Cette quête passe notamment par la construction d'une image sociale autre que celle que lui confèrent ses activités dans le tourisme. Il concède par exemple à ne plus fumer de *bango* (marijuana locale) ni de boire d'alcool en public et d'aller à la mosquée le vendredi. Il opère ainsi une double stratégie de conformation et de distinction : conformation aux règles sociales locales qui régissent la vie d'un homme de trente ans, à savoir le mariage et la religion, mâtinée de discours identitaire bédouin revisité à l'aune des influences régionales ; et distinction par rapport à ses pairs qui travaillent dans le tourisme. Le tourisme est pour Tala'at une ressource symbolique et économique qui permet d'accomplir une première étape de notabilisation endogène : l'argent permet l'acquisition de terres, jusque dans le village historique, de faire des mariages fastueux, de se montrer généreux. Mais le capital économique n'y suffit pas, dès lors que son accumulation implique des pratiques et des valeurs en contradiction avec le statut même de notable local tel qu'il est défini par le groupe. Le jeune homme agit dès lors selon les cadres et les conventions établis, par un retour à ce qui est donné comme la « tradition » : la religion, le mariage, les codes du comportement dans l'espace public. Peut-on pour autant parler de re-traditionalisation, en posant implicitement l'hypothèse que la proximité touristique fonctionnerait comme catalyseur, voire accélérateur du processus dès lors qu'elle met en face à face deux mondes que tout semble opposer ? L'attitude de Tala'at à l'égard de ces deux épouses est à ce titre significatif : sa femme étrangère, qui ne vit pas en permanence dans l'oasis, ne fait aucune concession, ni vestimentaire, ni sur sa présence dans la vie publique et sociale de son mari. Sa femme égyptienne est au contraire confinée au domaine de la maison et au service domestique. Pour autant, peut-on observer que le confinement, s'il est général aux femmes de l'oasis, n'est pas une caractéristique majeure de l'éducation des filles dans la famille de Tala'at : ses deux sœurs ont fait des études supérieures et ont vécu seules, au Caire. La mère de Tala'at est l'une des

premières femmes de sa génération diplômées du supérieur et travaille comme employée municipale. Son parcours précurseur fait la fierté de la famille. La première fille a décidé de travailler et n'est toujours pas mariée à vingt-huit ans. La seconde a fait un mariage d'amour. En somme, pourrait-on conclure que la liberté (relative) de ton et d'attitude des femmes de la famille ainsi que celle que confère le mariage avec une étrangère, devrait trouver compensation dans une attitude de surenchère conservatrice à l'égard de sa femme égyptienne et dans la construction d'une image publique conforme aux valeurs morales et religieuses en vigueur au village.

Le décalage des genres et des attitudes masculines dans les stratégies matrimoniales combinées locale/étrangère est particulièrement frappant dans le secteur touristique. Sayd, nous l'avons évoqué, s'est marié très jeune à une Allemande beaucoup plus âgée que lui, ce qui lui a ouvert la porte de l'émigration, lui a procuré au final un passeport étranger mais l'a classé d'emblée dans la catégorie peu respectée de gigolo. Nous sommes dans une configuration classique de la rencontre touristique où celle-ci constitue une ressource première d'enrichissement économique et symbolique pour des individus qui se situent aux marges sociales et économiques et ne possèdent ni biens, ni terres, ni capital éducatif négociable sur un marché égyptien du travail déjà saturés de diplômés au chômage et déclassés. Sayd, dès lors que son projet de restaurant prend forme et que l'entreprise familiale se développe, décide de prendre femme au village. Il aspire à la reconnaissance du village par un mariage conventionnel local et hautement chargé symboliquement : il épouse la fille du *'umda* du village. Cette fonction prestigieuse, équivalente à celle de maire et qui se transmettait de père en fils, est de nos jours purement formelle et renvoie plus à l'histoire du village qu'à un quelconque pouvoir effectif. La famille du *'umda* fait néanmoins partie du groupe dominant de la montagne, celui qui règne depuis des générations sur les sites antiques et les circuits touristiques locaux. Sayd appartient par sa mère à un autre groupe majeur du village, les *Hassassna*, celui qui incarne l'autorité religieuse et morale dans la région et bien au-delà. Le mariage de Sayd avec la fille du *'umda* aurait difficilement pu se faire au regard de l'histoire des relations des deux groupes concurrents. Or, durant les années passées en Allemagne, Sayd a noué amitié avec le frère de sa future épouse égyptienne, lui-même émigré et marié à une Allemande. Ainsi, la relation de confiance construite sur l'expérience partagée de l'exil, hors du contexte villageois, permet de dépasser les clivages locaux, et de considérer une éventuelle alliance familiale. Les noces, auxquelles les représentants des familles les plus puissantes de la montagne sont conviés, consacrent la réussite de Sayd et clôt une première étape vers la reconnaissance sociale à laquelle il aspire pour lui et sa famille.

Ajustement et discordance des valeurs

Le succès de Sayd est cependant de courte durée, et son mariage, aussi prestigieux socialement puisse-t-il paraître à ses yeux, ne réussit en rien à compenser les décalages qu'il entretient avec le village. Son restaurant, situé en contrebas du hameau des *Hassassna* et de la mosquée du shaykh, est autorisé à servir de l'alcool.

Une fois par semaine, Sayd invite une troupe de la région pour animer la soirée : le restaurant devient rapidement un lieu de rassemblement de la jeunesse masculine du village. De plus, contrairement à Tala'at, Sayd ne concède en rien sur son apparence et ses pratiques : la religion et sa relation à Dieu sont pour lui une affaire personnelle. Il refuse d'entrer dans une mosquée qui pour lui incarne l'hypocrisie sociale et les jeux de pouvoir. Ses longues dreadlocks et son style rasta continuent de déranger. Le style afro-rasta s'est bien un temps développé parmi les jeunes Égyptiens qui travaillent en Mer rouge, mais loin de la famille et du village. Or, pour Sayd, ce n'est qu'une mode qui se réduit à la coupe de cheveux dont les dreadlocks sont beaucoup trop sophistiquées pour traduire l'état d'esprit rasta *authentique* auquel il a été initié par cette famille jamaïcaine rencontrée en Allemagne et avec qui il a vécu. Sayd assume donc un style et des convictions sans concession à l'égard du village. Pour autant, son *ex-centricité* est viable tant que la famille le soutient dans ses projets, celle-ci étant l'élément organique qui le relie encore à la collectivité. Peu à peu, sous pression des autorités religieuses du village et des groupes concurrents - d'aucuns voient d'un mauvais œil la réussite économique d'un marginal de la montagne, la famille de Sayd se désolidarise de celui-ci jusqu'à couper finalement toutes relations et tenter par voie de justice et policière de lui confisquer ses biens.

Son histoire incarne de manière dramatique le grand écart permanent entre les règles imposées par la collectivité à ses membres et l'aspiration à l'épanouissement individuel. Son adhésion à la culture rasta participe de son expérience de l'altérité touristique et fonctionne comme une modalité d'action transversale qui lui permet un temps de vivre à sa convenance. Il passe alors au village pour un artiste ou un marginal sympathique... toléré dès lors qu'il ne transgresse pas les règles du groupe et ne perturbe pas la hiérarchie des pouvoirs établis au sein de la collectivité. Sa rapide promotion individuelle et économique via le tourisme dérange, indéniablement. Sa critique des institutions de la morale, son mysticisme très personnel et son anti-conformisme général sont rapidement considérés comme transgressifs et deviennent motifs d'exclusion. Il se retrouve aujourd'hui complètement isolé sur la scène touristique comme sur la scène villageoise, les réseaux d'activités économiques étant largement travaillés par les systèmes de solidarité et d'interdépendance familiale. Les frères de Sayd, pourtant liés au monde du tourisme, sont eux aussi passés par une phase « rebelle » et ont pratiqué la promiscuité touristique. Passés trente ans, ils ont finalement contracté un mariage dans les formes les plus conventionnelles et surtout, se sont ralliés à la doxa du village. Ils portent la *gallabya* blanche immaculée, ont arrêté de consommer de l'alcool, ne serrent plus la main à une femme, font la prière cinq fois par jour, portent sur le front la marque sombre du pratiquant assidu (la *zbiba*, un cal de peau formé à force de frotter le front sur le tapis). Le phénomène est devenu courant dans la jeunesse masculine de ce village qui vit du tourisme international depuis plusieurs générations. Le processus d'individuation que rend possible le monde touristique est finalement circonstanciel (la rencontre touristique l'est par définition) et circonscrit à l'étape de vie d'un jeune homme dont les pratiques de transgression sont tolérée durant ce temps. L'individu doit inévitablement revenir au

sein du groupe, le mariage étant l'étape symbolique de cette conformation aux règles de la collectivité. Tala'at, à trente ans, s'inscrit pleinement dans cette nécessité du retour au groupe et de conformisme social. L'oasis est par définition un territoire situé aux marges, en dehors des conceptions centralistes de l'aménagement. Les réseaux touristiques européens de Tala'at ne peuvent suffire à accomplir ses projets, conscient qu'il est que sa réussite individuelle et familiale ne peut se faire sans passer par la reconnaissance du groupe. Évoquons enfin la situation plus que métaphorique du drame identitaire et social que vit aujourd'hui Sayd : De nationalité allemande depuis 2 000, il est accusé d'être porteur de faux papiers. Déchu de sa nationalité égyptienne selon les conditions imposées par la loi allemande, Sayd ne peut être considéré comme propriétaire du restaurant qu'il avait enregistré avec ses papiers d'identité égyptienne quatre ans auparavant. L'accusation lui vaut un mois de prison et un « bannissement » définitif de la famille : sa femme et ses filles sont sommées de quitter l'appartement situé dans la maison familiale et s'installent dans le désert, dans les nouvelles zones de développement résidentielle, construites par l'armée et destinées à reloger les populations indésirables de la nécropole thébaine. Étranger dans son propre pays, où le *asl* (l'origine) et la filiation paternelle déterminent pourtant la nationalité, il est acculé à déterminer publiquement, juridiquement, et sans nuance, à quel monde il appartient.

Pour conclure : le tourisme comme espace interstitiel

L'histoire de Sayd est celle de ces marges sociales où les individus sont dépourvus de capital social, économique et éducatif, et sont exclus de fait des circuits de redistribution des richesses. Le tourisme apparaît dès lors comme opportunité de réussite économique mais surtout comme espace interstitiel où l'individu peut élaborer des stratégies d'action transversale et de négociation identitaire dans une recherche de conciliation des valeurs d'ici et de là-bas : être rasta, pour Sayd ou être intellectuel athée, pour Goma'a. Celui-ci n'a jamais concédé au mariage conventionnel égyptien, et continue de clamer ses convictions et de revendiquer sa singularité. Goma'a, par son passé militant communiste, se situe pourtant lui aussi aux marges, politiques cette fois-ci, de la société de Louxor. Il réussit pourtant, contrairement à Sayd, à réunir et pérenniser les conditions qui lui permettent de se maintenir dans cet interstice rendu possible par la rencontre touristique, tout en investissant le monde d'ici et consolidant ses réseaux de là-bas. Il combine surtout un capital familial et intellectuel qui lui permet de tenir une telle posture, dans un milieu urbain où les relations aux groupes et à la famille sont peut-être moins contraignantes qu'à la campagne. Goma'a fait aussi partie de cette première *génération tourisme* des années quatre vingts pour qui le tourisme est avant tout une ressource plus qu'un espace de conciliation de valeurs et d'affirmation de soi. Pour Goma'a, cet espace est ailleurs, notamment dans la politique et la littérature.

Pour Tala'at, Sayd et la jeune génération en général, la rencontre touristique et le mariage avec une étrangère, pour les plus démunis, sont les seules voies opératoires de promotion individuelle et économique qui leur sont accessibles. Depuis dix ans, l'explosion démographique des nouvelles régions du tourisme international

situées sur les côtes de la Mer rouge révèle une mixité sociale et une liberté de ton qu'aucune autre région du pays ne témoigne et que la presse conservatrice condamne régulièrement. Le phénomène ne concerne pas seulement les actifs du tourisme, mais touche l'ensemble de la jeunesse égyptienne en ce sens que les complexes touristiques internationaux sont aussi des lieux de consommation et de loisirs nationaux ; des espaces interstitiels d'individuation et de cohabitation des valeurs, à défaut de conciliation. C'est aux marges territoriales qu'ils se situent, en des lieux créés ex-nihilo, loin des villages, des familles et de la morale sociale. Pour autant, ils constituent des lieux d'échange et de négociation des identités. Ils conviendraient d'observer le champ touristique international sans qu'il faille nécessairement mettre en opposition les *hosts* et les *guests* dans la quête identitaire locale, mais plutôt en se posant la question du possible d'une cohabitation des genres et de ce que cela implique d'un point de vue endogène, en termes d'individuation et de rapport au groupe.

BIBLIOGRAPHIE

- ABRAM S. [1997], *Tourists and Tourism. Identifying with People and Places*, Oxford, Berg, 245 p.
- ALTORKI S., COLE D. [1998], *Bedouin, Settlers and Holiday-Makers. Egypt's Changing Northwest Coast*, Cairo, AUC Press, 256 p.
- COLONNA F. [2004], *Récits de la province égyptienne. Une ethnographie sud/sud*, Sinbad, Arles, Actes Sud, 486 p.
- GAMBLIN S. [été 2006], « Thomas Cook en Égypte et à Louxor : l'invention du tourisme moderne à la fin du XIX^e siècle », *Téoros*, vol. 25, n° 2.
- LEGRAIN G. [1914], *Louxor sans les Pharaons*, Bruxelles, Éditions Vromant et C°, 222 p.
- SMITH V. [1977], *Hosts and Guests. The Anthropology of Tourism*, Philadelphia, University of Pennsylvania Press, 341 p.
- TOHAMY S., SWINSCOE A. [2000], « The Economic Impact of Tourism in Egypt », *Working paper*, n° 40 : *The Egyptian Center for Economic Studies*, 78 p.
- URRY J. [1994], *Consuming Places*, London, Routledge, 257 p.
- VAN DER SPEK K. [2004], *Making a living from the City of Dead : History, Life and Work at al-Hurubāt in the Necropolis of Thebes, al-Qurna, Luxor*, PhD. dissertation, The Australian National University, Centre for Arab and Islamic Studies, Graduate Program in Political Science and International Relations in association with the Department of Archaeology and Anthropology, Canberra.

Tourisme culturel, engagement politique et actions humanitaires dans la région d'Agadès (Niger)

*Emmanuel Grégoire**

Berceau du pays touareg nigérien, la région d'Agadès fut jusqu'à la rébellion (1991-1995) une destination prisée en raison de ses nombreux attraits touristiques. Le tourisme y prit une forme originale reposant sur l'exploitation du « mythe » touareg. Celui-ci est ancré sur une folklorisation ethnique (« l'homme bleu » juché sur son chameau conduisant une caravane à travers le Ténéré) et sur la mystique du désert [Bourgeot, 1995] qui interpelle l'imaginaire des Occidentaux pour lesquels il demeure un lieu d'aventures, d'exploits (désormais sportifs) et de défis mais aussi d'absolu : « le désert est un mot qui évoque et provoque » [Henry, 1983]. Loin de vouloir gommer les spécificités culturelles, les touristes qui se rendaient en pays touareg cherchaient, au contraire, à appréhender la société « traditionnelle » (histoire, économie, culture, organisation sociale, coutumes, etc.) et à saisir les raisons de la détérioration de ses conditions de vie. Cette quête de « l'authentique » a abouti chez certains d'entre eux à la revendication d'un savoir ethnologique. Elle a aussi suscité un sentiment de solidarité qui s'est parfois traduit par un engagement humanitaire en faveur de cette société sévèrement touchée par des épisodes de sécheresse successifs (perte d'une grande partie de son cheptel) : plusieurs ONG virent ainsi le jour après un séjour de leurs membres fondateurs dans les campements de l'Aïr ou les oasis du Ténéré. Cette solidarité a eu enfin des prolongements politiques, sous la forme d'un soutien inconditionnel et actif à la cause et aux thèses indépendantistes de la rébellion : tout un *lobby* français pro-touareg s'immisça dans le débat malgré sa méconnaissance totale du « problème » touareg, société qu'il ne connaissait finalement qu'à travers ses aspects folkloriques.

Pour saisir les dimensions à la fois culturelle, politique et humanitaire du tourisme en pays touareg nigérien, nous nous efforcerons de montrer comment Mano ag Dayak, principal animateur du tourisme local et personnalité très médiatique, et d'autres Touaregs jouèrent du « mythe » pour provoquer chez leurs visiteurs un véritable engouement pour la région, les sensibiliser à leurs aspirations

* Géographe, Institut de recherche pour le développement (IRD), UR 105 « Savoirs et développement », 32, avenue Henri Varagnat, 93 143 Bondy Cedex - Emmanuel.Gregoire@bondy.ird.fr.

politiques et les impliquer dans leurs problèmes de développement. Notre analyse débutera avec les années soixante qui marquent le début du tourisme dans le Nord du Niger. Elle s'achèvera avec les accords de paix de Niamey (24 avril 1995) qui mirent fin à la rébellion, mais pas à l'insécurité « résiduelle » qui a voué à l'échec, depuis lors, toutes les tentatives de relance du tourisme.

Les prémices du tourisme saharien nigérien

Le Sahara qui s'étend des côtes mauritaniennes aux confins du Soudan est le plus grand désert du monde. Il est sans doute aussi le plus beau. Dès le début du XIX^e siècle, le Britannique Hugh Clapperton, le Français René Caillé puis un plus tard l'Allemand Heinrich Barth tentèrent d'en percer les mystères. Au cours de leurs longs périples, ces explorateurs accumulèrent une foule d'informations d'ordre historique, géographique, ethnologique et économique qui constitueront de précieux documents pour les missions militaires qui précéderont la conquête coloniale.

Amorcée dès la fin du XIX^e siècle, celle-ci se heurta à l'hostilité des chefs touaregs qui perçurent très vite que la colonisation aurait des conséquences politiques et économiques désastreuses car elle leur ôterait tout contrôle sur les espaces sahariens et sahéliens. En dépit d'une farouche résistance (révolte de 1916-1917 menée par le chef Kaosen et le sultan Tegama), la France prit possession de cette partie centrale du Sahara qu'elle réorganisa politiquement en démantelant les grandes confédérations touarègues et en leur substituant une série de groupes calqués sur le modèle des cantons artificiellement créés dans le Sud du Niger. Ses contrées septentrionales une fois pacifiées, une certaine complicité doublée d'un respect réciproque s'instaura progressivement entre militaires et administrateurs civils français et leurs anciens adversaires touaregs à tel point qu'à l'approche de la décolonisation certains chefs touaregs semblèrent se raccrocher à l'idée, symbolisée par l'OCRCS (Organisation commune des régions sahariennes), d'un État saharien autonome sous tutelle française¹.

Une fois conquis, le désert devint le théâtre des exploits des grands noms de l'industrie aéronautique (Bréguet) et automobile française comme Citroën dont les voitures de la célèbre croisière noire rallièrent, en 1924, Colomb-Béchar (Algérie) à Gao, Niamey, Zinder puis Fort-Lamy avant de poursuivre leur route en Afrique centrale pour la terminer en Afrique du Sud. Toutes ces missions d'exploration permirent d'établir, dès le début des années trente, une carte des pistes transsahariennes. Dès lors, le désert fut parcouru par des fonctionnaires de l'administration française, des agents des maisons de commerce mais aussi des voyageurs et des touristes fortunés désireux de se rendre au Soudan pour y chasser les « fauves ».

1. Si les Kel Adagh qui nomadisent dans l'Adrar des Iforas (Mali) ne s'opposèrent pas à l'avancée des Français, ils prirent les armes en 1963 [Boilley, 1989 et 1994] contre les nouvelles autorités de leur pays devenu indépendant (des groupes Iforas fuyant la sécheresse qui sévissait alors dans l'Adrar vinrent s'installer dans l'Air avec leurs troupeaux au début du XIX^e siècle).

Au cours des années cinquante, le Sahara nigérien demeurait toutefois moins parcouru que sa partie algérienne car plus inhospitalier. Seuls le traversaient les militaires français et leurs goumiers, des raids automobiles (mission Berliet en 1959) [D. et P. Bejui, 1994] et les chercheurs du Commissariat à l'énergie atomique et de la Compagnie générale de géophysique qui effectuaient de la prospection minière et pétrolière dans l'Aïr et le plateau du Djado. Sensiblement à la même époque, des Européens résidant à Niamey organisaient des expéditions au cours desquelles ils découvraient des sites jusqu'alors inconnus. Le pharmacien Louis-Henri Mourèn fut ainsi le pionnier du tourisme saharien au Niger. Passionné de chasse et de photographie, il fut un des premiers à découvrir le cœur de l'Aïr et à y tracer des pistes. Ses explorations lui firent prendre conscience que la région possédait des potentialités touristiques exceptionnelles avec le massif de l'Aïr, les « Alpes sahariennes » traversées de cours d'eaux temporaires donnant naissance à des oasis verdoyantes, le Ténéré, « désert des déserts » dont les dunes de sable s'enchevêtrent aux montagnes de l'Aïr sur sa frange occidentale et enfin la ville d'Agadès. Fondée au XV^e siècle, la cité offre une architecture soudanaise parfaitement conservée avec ses vieilles maisons en banco, les palais du sultan de l'Aïr et de l'Anastafidet ainsi que la mosquée et son célèbre minaret. Dans ce cadre grandiose, vivent les Touaregs qui ont toujours fasciné les Européens, des premiers explorateurs et militaires français jusqu'aux touristes actuels. Si la littérature coloniale a créé le « mythe » touareg, la presse contemporaine et les agences de voyages européennes l'ont ensuite entretenu pour promouvoir le tourisme au Niger, mais aussi au Mali (cercles de Gao et de Tombouctou) et dans le Sud algérien (*wilaya* de Tamanrasset) où il prit un essor plus important.

En 1968, la reconnaissance de la région était suffisamment avancée pour que Louis-Henri Mourèn fonde *Air trans image Niger*. Cette agence de voyage marque le début de l'exploitation touristique du Sahara nigérien, exploitation facilitée par l'arrivée des Land-Rover, véhicules robustes et bien adaptés au transport local. *Air trans image Niger*, rapidement devenu la Croix du Sud, installa un campement à Iférouane, localité située au cœur de l'Aïr. L'agence qui s'appuyait sur du personnel touareg accueillit ses premiers touristes en 1971. C'était des gens aisés, passionnés du Sahara et de sa culture auxquels Louis-Henri Mourèn et son équipe faisaient découvrir les plus beaux sites en privilégiant les aspects archéologiques, historiques et culturels (visite de campements touaregs) tout en s'efforçant d'en préserver l'authenticité. À la même époque, l'Italien Vittorio Gioni transféra son agence au Niger en raison des tracasseries administratives dont il était victime à Tamanrasset où l'Office national algérien du tourisme (ONAT) entendait avoir le monopole de l'activité. Vittorio Gioni fonda Sahara-Niger (1974) qui eut pour siège Agadès, mais dont les méharées partaient aussi d'Iférouane où il avait recruté ses employés, tous touaregs (guides, chauffeurs, cuisiniers, mécaniciens, comptables, etc.). À son contact, ils se formèrent au métier de voyageur (accueil et encadrement de la clientèle, installation de bivouacs, préparation de la cuisine occidentale, etc.) et de guide, apprenant à se repérer dans les zones qui leur étaient peu familières. De 1974 à 1980, Sahara-Niger fut la principale agence, les autres ne venant au Niger que

durant la saison touristique (octobre à avril)². Toutes bénéficiaient d'une conjoncture favorable, les pouvoirs publics souhaitant développer le tourisme, notamment en pays touareg objet de nombreuses expositions photographiques et artisanales pour le promouvoir. Les touristes qui se rendaient dans la région étaient cependant peu nombreux (un millier par an au plus).

Comme en Algérie quelques années plus tôt et dans le même souci de privilégier les nationaux, la législation nigérienne interdit, en 1980, aux étrangers d'exploiter des agences. Le même décret retira sa licence à Sahara-Niger et attribua la sienne à Temet-Voyages de Mano ag Dayak. Jeune Touareg marié à une Française, celui-ci organisait jusqu'alors des voyages pour des amis sous le couvert de Vittorio Gioni. Le capitaine Beignou Beïdo, préfet d'Agadès (1975-1979), l'empêcha en effet de monter sa propre agence le soupçonnant de propager des idées fédéralistes voire indépendantistes au sein de la société touarègue (Mano ag Dayak avait sollicité, dès 1976, une autorisation auprès du ministère de l'Intérieur). Les Européens qui avaient lancé le tourisme saharien se retiraient donc au profit des Touaregs avec à leur tête Mano ag Dayak. Ce transfert était logique dans la mesure où ils étaient les seuls Nigériens capables de s'adonner à cette activité en raison, d'une part, de leur connaissance fine de la région et de leur capacité à s'y mouvoir acquises dans l'exercice de leurs activités traditionnelles (pastoralisme et commerce caravanier)³ et, d'autre part, du prestige dont ils jouissaient aux yeux des touristes occidentaux. En ce sens, Mano ag Dayak exploita habilement, bien qu'il s'en défendît (Mano Ag Dayak, 1992), l'image du mythe⁴.

Au cours des années quatre-vingt et jusqu'à la rébellion, le tourisme va être au cœur des dynamiques régionales et surtout urbaines. Agadès, plus que son arrière-pays, voit naître et se développer toute une série d'activités qui en feront un pôle économique régional et non plus seulement une préfecture de département⁵. Cette mutation s'accompagna d'importantes recompositions socio-économiques marquées par l'émergence de nouvelles hiérarchies avec à leur tête les animateurs du tourisme et certains groupes socioprofessionnels qui en profitaient largement (artisans-forgerons). À l'opposé, l'aristocratie touarègue qui s'était volontairement tenue à l'écart de cette nouvelle activité pour des raisons éthiques pâtit de cette évolution.

L'exploitation touristique du mythe

Les Européens aidèrent leurs anciens employés touaregs à se lancer dans le tourisme. Temet-Voyages racheta ainsi le matériel de Sahara-Niger et embaucha

2. Après avoir été le premier à ouvrir une agence, Louis-Henri Mourèn cessa assez vite son activité touristique (il mourut dans un accident de voiture au cours du rallye Paris-Dakar).

3. Les populations haoussas et djermas redoutent de s'aventurer dans ces zones inhospitalières qu'elles ne connaissent pas.

4. Ce texte fera souvent référence à Mano ag Dayak étant donné son rôle majeur joué dans le développement du tourisme local puis dans la rébellion. Il n'est toutefois pas question d'en faire ici la biographie ni l'apologie.

5. Sa population est à présent d'environ 120 000 habitants (12 500 en 1959, 28 800 en 1970 et 50 200 en 1988).

une partie de son personnel. Mano ag Dayak l'étoffait en recrutant d'autres personnes, souvent originaires de la vallée de Tidène comme lui (groupe des Iforas). Ses moyens logistiques (quatre à cinq Land-Rover) étant insuffisants, il sous-traitait des groupes à des guides renommés qui possédaient leur propre véhicule et qu'il encourageait à créer leur entreprise. En résolvant un problème logistique, il constituait en même temps un vaste et précieux réseau de dépendants au sein de sa communauté touarègue dont il devint la figure emblématique.

Mano ag Dayak domina l'activité pendant une dizaine d'années. Au départ, il s'appuya sur le petit fond de clientèle constitué au cours des expéditions organisées sous le couvert de Sahara-Niger voire clandestinement. Sans doute inconsciemment, il prônait alors un tourisme à la fois culturel et solidaire s'efforçant d'emmener ses visiteurs dans les campements pour leur faire découvrir les coutumes et les (dures) conditions de vie de leurs habitants, conception avec laquelle il prit par la suite ses distances face à l'afflux de touristes. Sa bonne connaissance de la région, sa personnalité à la fois touarègue mais aussi occidentalisée du fait de son mariage et de ses multiples voyages à l'étranger (France où il fit des études supérieures et États-Unis où il séjourna plusieurs mois) et enfin son charisme firent de lui l'interlocuteur privilégié voire incontournable des agences européennes et de tous ceux qui avaient un quelconque projet dans la région d'Agadès (sportif, cinématographique, humanitaire, etc.)⁶. Mano ag Dayak apportait toujours une aide précieuse dans une zone où les conditions naturelles soulèvent de sérieux problèmes matériels. Pendant plus d'une dizaine d'années, Temet-Voyages répondit à toutes les sollicitations. Cela valut à son directeur une incontestable notoriété qui lui permit de tisser un réseau de relations étendu à l'étranger et plus particulièrement en France, tant dans le monde du spectacle que les milieux politiques, touristiques, journalistiques et sportifs. Mano ag Dayak devint ainsi l'ami de Thierry Sabine, organisateur du rallye Paris-Dakar qui, dès sa première édition (1978), fit étape à Agadès.

Mano ag Dayak aida à plusieurs reprises Thierry Sabine à repérer le tracé de la course à travers le Ténéré et son agence fut le principal partenaire du rallye pendant près de dix ans (1983-1992)⁷. Hostile au départ, « ce rallye, je le percevais d'abord comme un affront au désert, comme une insulte au silence et au dénuement de ce monde jusque-là préservé de la folie de cette armada de voitures, de motos et de camions, de journalistes et de vedettes médiatiques » [Dayak, 1996], Mano ag Dayak changea rapidement d'avis comprenant le parti dont la région pouvait tirer de son passage. Chaque année, des sommes importantes étaient ainsi injectées dans l'économie locale (300 à 500 millions de francs CFA selon les estimations) : « pendant deux jours, les gens gagnaient suffisamment d'argent pour vivre un an » se rappela un Agadésien. Outre les hôtels (le prix d'une nuitée passait de 5 000 à

6. Temet-Voyages participa au tournage de films (*Un thé au Sahara, La captive du désert*), organisa un séminaire en plein désert pour une secte américaine, assista de multiples équipes de télévision, etc.

7. Temet-voyages organisait la logistique (hébergement, approvisionnement en essence, formalités douanières, etc.) et prenait en charge les personnalités qui venaient assister au passage du rallye. Celui-ci faisait étape à Agadès pendant deux jours car les concurrents y disposaient d'une journée de repos (il finit par représenter près du tiers du chiffre d'affaires annuel de l'agence).

25 000 francs CFA), les restaurants et les agences de voyages, l'épreuve bénéficiait à toutes sortes de petits métiers (garagistes, vendeurs en tout genre, artisans, chasse-touristes, gardiens, etc.) et de personnes (prostituées, fonctionnaires et particuliers qui louaient maisons et véhicules au prix fort). Même l'administration profitait de sa venue par la perception d'un surcroît de taxes et la location de lieux d'hébergement et d'entrepôts. Outre ces retombées directes, le rallye fut un excellent moyen pour promouvoir à moindres frais la région d'Agadès en Europe où la course faisait l'objet de nombreux reportages dans la presse écrite et à la télévision.

Le tourisme connut alors un essor important, la création de nouvelles agences ne troublant pas Mano ag Dayak car le marché était suffisamment porteur pour permettre à d'autres de s'installer. De plus, leur clientèle différait : Temet-Voyages était liée à des agences françaises (Terres d'Aventures, Nouvelles frontières etc.), allemandes (Mini-Trek, Hause et Ikarus) et helvétiques (Kuoni) tandis que Niger-Ténééré-Voyages, son principal concurrent, travaillait avec des groupes italiens (Spazi d'Aventura, Aventurno del Mondo, Dunes et Kel 12). Outre ces touristes, la région avait un petit vivier de clients à travers la communauté française qui résidait sur les sites uranifères d'Arlit et d'Akokan mais aussi à Agadès où il y avait des coopérants et des ingénieurs qui participaient à la construction de la SONICHAR (usine à charbon) et de la route Tahoua-Arlit. Sa réalisation rendit beaucoup plus accessible la région aux nombreux coopérants et expatriés qui résidaient à Niamey, Maradi et Zinder et qui profitaient des périodes de congés pour faire une excursion dans le Nord. Enfin, de nombreux jeunes traversaient le désert pour découvrir l'Afrique à l'aide de véhicules d'occasion dont la revente finançait leur voyage⁸. Ils contribuèrent aussi à l'animation de la ville et à l'essor de nombreuses activités : hôtellerie, restauration, vendeurs en tout genre, loueurs de chameaux pour des méharées, de villas, de chambres, etc. et même agriculteurs (développement des activités de maraîchage pour répondre à une demande urbaine accrue). L'artisanat fut cependant un des secteurs qui profita le plus du tourisme.

En pays touareg, la coutume attribue aux artisans appelés communément forgerons, un statut social original qui est à l'opposé de celui des nobles qui sont guerriers. Les *inadan* (sing. *enad*), gens de caste [Bernus, 1983], s'occupent des fabrications manuelles : armes, bijoux, objets divers en bois, en cuir, en terre, en produits naturels de la brousse (sparerie) ou en pierre de talc. Ces artisans travaillent traditionnellement pour l'aristocratie touarègue qui les sollicite à l'occasion d'événements familiaux (rituels de mariages, baptêmes) ou de fêtes religieuses. Les touristes s'intéressèrent à leurs produits, notamment à la célèbre croix d'Agadès (*teneghel*) mais aussi à de multiples autres objets (colliers, pendentifs, bracelets, bagues, selles de chameaux, etc.). Fonctionnant habituelle-

8. Ce qui relevait, au départ, de l'aventure devint un véritable négoce animé par des professionnels qui agissaient pour des commerçants nigériens ou nigérians (en 1991, plus de 2 500 véhicules entrèrent ainsi au Niger). À Agadès, ce commerce engendra une nouvelle activité : « chasse-touristes » (ils mettaient en relation vendeurs et acheteurs et fournissaient toutes sortes de prestations aux premiers).

ment selon le système des commandes, les artisans comprirent qu'ils devaient constituer des stocks pour satisfaire sur-le-champ la demande des touristes. Dans le cadre de leur coopérative ou de projets et au contact d'Européens, ils diversifièrent leur production en proposant de nouveaux bijoux et en améliorant la qualité et la finition de leurs articles. Cela leur offrit de nouveaux marchés, notamment à Niamey où ils ouvrirent des boutiques. D'autres artisans développèrent le travail du cuir et surtout de la pierre de talc utilisée traditionnellement à la fabrication de bracelets, de jouets et d'ustensiles de cuisine. Ils confectionnèrent alors des objets décoratifs (vases, coupes, figurines diverses, boîtes de toutes sortes, etc.) qui eurent un grand succès car, comme les bijoutiers, ils proposaient sans cesse de nouveaux articles. Des ateliers sont ainsi passés du stade artisanal à celui de la petite entreprise, leurs patrons parcourant l'Afrique et même l'Europe pour écouler leurs produits. En France et dans d'autres pays où ils participent à des salons et des expositions et où ils se rendent toujours vêtus de leurs habits traditionnels, ils s'appuient sur tout un réseau d'amitiés constitué à Agadès et qui facilite leur négoce et leur hébergement.

Cette mutation de l'artisanat inversa les rapports économiques et sociaux car l'accumulation réalisée par de nombreux artisans les affranchit de leur statut de dépendant⁹. Leur enrichissement tranche avec la situation socio-économique de leurs anciens maîtres nobles qui s'est, au contraire, détériorée en raison des crises du pastoralisme touché par la sécheresse de 1973-1974 et plus encore de 1984-1985. Hommes au statut social méprisé, ces artisans n'ont donc eu aucun complexe à verser dans le négoce, activité dédaignée par l'aristocratie touarègue : celle-ci refusa de s'y livrer pour des raisons tant morales que culturelles si bien qu'elle resta à l'écart du tourisme et de ses retombées financières qui augmentaient au fil des ans. Sur le plan social, il y a donc eu rupture des liens de dépendance, celle-ci s'opérant au détriment des classes nobles, détentrice auparavant des moyens de production (le bétail), mais qui ont été dans l'incapacité de le transformer en produit marchand et donc de s'insérer dans l'économie qui devenait de plus en plus marchande.

En 1989, Temet-Voyages, société en nom propre, devint une société anonyme au capital de vingt millions de francs CFA répartis entre trois actionnaires touaregs et quatre européens (Mano ag Dayak en possédait plus de la moitié). Cette mutation se fit pour des raisons de gestion interne et sous la pression de l'État qui, au regard de son succès, souhaitait que Temet-Voyages quitte « l'informel » pour devenir une véritable entreprise. Un crédit bancaire assainit sa situation financière et surtout lui permit d'investir pour porter son parc automobile à une douzaine de véhicules. Elle se dota aussi d'un bureau de liaison parisien chargé des relations avec ses clients européens. En 1986, elle accueillit 900 touristes en incluant les personnes venues assister au rallye Paris-Dakar. Ce chiffre est monté à près de 2000 en 1988, son chiffre d'affaires étant alors d'environ 450 millions de francs CFA.

9. Ce sont le plus souvent des Kel Ewey et des Kel Ferouan (les Iforas sont peu représentés alors qu'ils contrôlent le tourisme).

Elle représentait 75 % du marché précédant Niger-Car et Niger-Ténére-Voyages. En 1989, toutes agences confondues, on comptabilisa trois mille touristes ce qui représentait environ 650 millions de francs CFA de chiffres d'affaires. La fréquentation de la région s'accrut plus encore en 1990, celle-ci étant désormais reliée à Paris par un vol direct alors qu'il fallait auparavant aller chercher les touristes à Niamey (1 000 km) et les y reconduire.

Au début des années quatre-vingt-dix, les Touaregs, sous l'impulsion de Mano ag Dayak, étaient donc parvenus à contrôler le tourisme puisque sur la dizaine d'agences que comptait Agadès, six dont les plus importantes appartenaient à des Touaregs, deux à des Agadésiens, une à un Arabe algérien et une dernière associait un Italien à un opérateur djerma. En faisant ainsi découvrir leur région à un public conquis d'avance, les Touaregs éprouvent sans doute le sentiment de poursuivre une vie nomade parcourant à longueur d'années, comme leurs ancêtres, les pistes de l'Aïr et du Ténére. Il y a là une certaine continuité, le Sahara demeurant un espace social et culturel. Toutefois, un examen attentif des ressortissants de la communauté touarègue qui ont bénéficié du tourisme, révèle un accès inégalitaire : les Iforas et, dans une moindre mesure, les Kel Ferouane surent mieux que d'autres groupes s'insérer dans la profession et tisser des réseaux de relations en Europe. Les Iforas dont le chef de file fut Mano ag Dayak, ont toujours joué un rôle prépondérant, prenant une certaine avance sur les autres groupes (Kel Ewey, Kel Tadélé, etc.) qui les ont parfois jaloués dénonçant leur hégémonie¹⁰. À l'opposé, des populations profitèrent peu du tourisme comme les habitants de la bordure Est de l'Aïr qui se consacrèrent à la mise en valeur agro-pastorale de leur région (Kogo et Zagado) ou comme ceux des Monts Bagzans, ces deux zones renfermant pourtant les plus beaux paysages de l'Aïr.

En termes de revenus et d'emplois¹¹, l'impact du tourisme fut plus fort sur la ville d'Agadès que sur son arrière-pays même si les citadins redistribuèrent dans les campements une partie des sommes gagnées en ville. La conjoncture très favorable qui prévalait en 1990 et 1991 ne se prolongea pas, la région enregistrant, dès 1992, une sévère chute du nombre de ses visiteurs (1 180) en raison des premières actions de la rébellion et de la fermeture de Temet-Voyages. La soupçonnant d'être de connivence avec la rébellion, les Forces armées nigériennes (FAN) investirent ses locaux (19 mars 1992) et les mirent sous-scellés, confisquèrent son matériel radio, suspendirent sa licence et arrêtrèrent son personnel encore présent. Mano ag Dayak avait anticipé une telle intervention en se réfugiant à Paris (1^{er} mars 1992) pour informer les autorités françaises de la situation au Niger et sensibiliser ses amis. Quant à Rhissa ag Boula, comptable et actionnaire de l'agence, il était parti, dès le mois de novembre 1991, dans la montagne organiser son mouvement, le Front de libération de l'Aïr et de l'Azawak (FLAA). Toutes les agences d'Agadès fermèrent leurs portes les unes après les autres (aucun touriste

10. Originaires du Mali, les Iforas sont parfois perçus comme des étrangers.

11. Les agences d'Agadès représentaient plus d'une centaine d'emplois permanents et à peu près autant d'emplois saisonniers au début des années quatre-vingt-dix.

ne s'aventura plus dans la région pendant plus de trois ans), leurs responsables regagnant les rangs de la rébellion¹² qui s'achèvera, officiellement, par les accords de paix de Niamey (24 avril 1995).

La disparition de Mano ag Dayak (15 décembre 1995) dans un accident d'avion alors qu'il se rendait à Niamey pour rencontrer le Premier ministre Hama Amadou bouleversa les données du tourisme local car Temet-Voyages ne reprit jamais son activité, étant enfermée dans des problèmes de succession¹³. De nouvelles agences, parfois créées à l'initiative de proches de Mano ag Dayak, ce qu'ils n'auraient pas effectué de son vivant, virent alors le jour, si bien qu'en 1996 on dénombrait jusqu'à vingt-sept agences à Agadès. Trois d'entre elles dominaient le marché : Dunes-Voyages fondées par le directeur financier de Temet-Voyages associé à des Nigériens, Tidène-expéditions créée par un ancien guide de Temet-Voyages assisté d'un parent de Mano ag Dayak et d'un ami français et enfin la Société de voyages sahariens (SVS) mise en place par un actionnaire italien de l'ancienne agence Niger-Ténére-Voyage. À leurs côtés, des Touaregs ouvrirent, entre 1995 et 1997, toute une série de petites agences parfois avec de l'argent gagné lors de la rébellion (vols de véhicules, vente de marchandises dérobées). Dans le contexte politique qui prévalait alors, il était impensable que des agences extérieures à la communauté touarègue puissent emmener des touristes en Aïr. D'ailleurs, il semble que certaines agences étaient étroitement liées ou émanaient de fronts qui leur assuraient protection dans les secteurs qu'ils contrôlaient.

Les mentalités changèrent également comme me le précisa un guide : « Mano était autrefois le patron et donnait du travail à tout le monde. Lui disparu, les gens ont monté leur propre affaire. C'est désormais chacun pour soi. Les comportements vont changer. Ce sera la rivalité entre les agences ». Une nouvelle hiérarchie s'établit effectivement assez vite. Les trois agences qui associaient des Touaregs à des Européens prirent le pas sur les autres grâce à leurs moyens matériels plus importants et aux étroites voire anciennes relations qu'elles entretenaient avec des agences de voyages européennes. Toutefois, la reprise tant attendue du tourisme n'a toujours pas eu lieu, des attaques de groupes de touristes, dévalisés voire tués, comme cela se produisit de nouveau en novembre 2005, par des bandes armées incontrôlées anéantissant tout effort de relance. Enfin, il faut mentionner que, peu de temps après la fin de la rébellion dont il fut le principal chef, Rhissa ag Boula est devenu ministre du tourisme et de l'artisanat, ministère important puisque représentant la troisième activité économique du Niger (il n'occupe plus ce poste à présent).

12. Mano ag Dayak fonda le Front de libération Temust (FLT). Ce front faisait partie de la CRA (Coordination de la résistance armée) avec le FLAA de Rhissa ag Boula, le FPLS (Front populaire de libération du Sahara) de Mohammed ag Anako et l'ARLN (Armée révolutionnaire de libération du Nord-Niger) d'Attaher ag Abdoumoumine.

13. À l'occasion du premier anniversaire de sa mort, un avion affrété depuis Paris amena une centaine de personnes qui se rendirent dans la vallée de Tidène où il est enterré.

L'exploitation politique du mythe

Il convient de brièvement retracer la genèse de la rébellion avant d'envisager comment Mano Ag Dayak et d'une manière plus générale les Touaregs ont joué de l'image du mythe, cette fois-ci en péril, pour rallier à leur cause de nombreux soutiens, notamment en France.

S'il n'y eut aucune défiance ni tension particulière à l'égard de la communauté touarègue durant la présidence de Diouri Hamani (1960-1974), il n'en fut plus de même après le coup d'état du général Seyni Kountché (15 avril 1974). Le « problème » touareg se posa immédiatement aux putschistes, majoritairement Djermas, dans la mesure où les Touaregs furent les plus touchés par la sécheresse ayant perdu une grande partie de leur bétail. Pour faire face à la crise, le général Seyni Kountché nomma préfet d'Agadès un de ses proches, le capitaine Beignou Beïdo. Réputé pour sa fermeté, celui-ci devait aussi surveiller le départ en exil en Libye de jeunes Touaregs qui, démunis, rejoignaient la légion islamique pour fuir la misère plus que par choix idéologique (répondre aux appels du colonel Kadhafi) [Casajus, 1995]. La méfiance du régime militaire à l'égard des Touaregs s'instaura réellement avec le coup d'état avorté du 15 mars 1976 où des personnalités touarègues étaient impliquées (elles se réfugièrent en Libye). Cette suspicion se traduit par une surveillance étroite et diverses brimades. Elle s'amplifia après l'arrestation d'un commando (1982) qui s'appretait à commettre des actes de sabotage à Arlit, berceau de l'uranium nigérien et poumon économique du pays. Elle s'accrut davantage encore, un an plus tard, après la fuite en Libye d'un Touareg emportant avec lui, selon la rumeur, d'importants documents militaires. Malgré la nomination d'un Premier ministre (Hamid Algabid) touareg originaire de Belbéji (région de Zinder), les tensions ne faiblirent point puisqu'un premier accrochage meurtrier se produisit à Tchinn-Tabaraden (29-30 mai 1985). Les faits, controversés¹⁴, laissèrent des traces car pour la première fois au Niger un affrontement interethnique entraîna la mort d'hommes.

Après le décès du général Seyni Kountché (1987), la tension tomba car son successeur, le général Ali Saibou, ouvrit une nouvelle ère, la « décrispation ». Il relâcha la pression exercée sur le Nord du pays en incitant les Touaregs exilés en Libye à revenir au Niger, leur promettant que tout serait fait pour faciliter leur réinsertion. De manière contradictoire, sa présidence fut marquée par les seconds événements de Tchinn-Tabaraden (6-7 mai 1990), plus graves encore que les premiers puisqu'ils firent de nombreuses victimes civiles¹⁵. Si le déroulement des faits

14. La version officielle des faits avance qu'un groupe de quatorze personnes tenta de s'emparer des fonds de l'agence spéciale et du bureau de poste tuant deux gardes républicains et blessant un gendarme. Du côté des assaillants, une personne aurait été tuée, une blessée et dix autres appréhendées. D'autres sources contredisent cette version. Selon Mano ag Dayak, le groupe était venu chercher des vivres dans les magasins de l'Office des produits vivriers du Niger pour les distribuer aux populations affamées par la sécheresse. Ces hommes n'avaient donc aucune intention belliqueuse et furent violemment repoussés par les forces de l'ordre.

15. Un incident opposant des Touaregs de retour de Libye à la police déclencha dans les jours qui suivirent une expédition punitive de l'armée qui se solda par de nombreuses victimes : 70 selon le gouvernement, 600 pour les ONG, plus d'un millier selon les Touaregs [Mano ag Dayak, 1992].

diffère selon les auteurs, André Salifou [1993] contestant fermement la version de Mano ag Dayak (1992), leur lourd bilan apparaît aux yeux de ce dernier comme une des principales causes de la rébellion ; pour d'autres il n'est qu'un prétexte celle-ci ayant été décidée auparavant [Casajus, 1995]. Certes, la Conférence nationale (29 juillet-4 novembre 1991) chargée d'engager le pays dans la voie démocratique établit les responsabilités. Elle livra ainsi à la justice les officiers incriminés dans le massacre, à commencer par le capitaine Maliki Boureima, ancien commandant de la zone, mais le gouvernement de transition les relâcha sous la pression d'une mutinerie des soldats du rang (27 février 1992). À cette date, la rébellion avait déjà commencé par l'attaque du poste administratif d'In Gall (novembre 1991) puis d'autres localités, la « troupe » procédant de son côté à l'arrestation arbitraire de 186 Touaregs (28 août 1992) accusés d'apporter « un soutien moral et financier » à la rébellion.

Celle-ci déclenchée, Mano ag Dayak mobilisa le vaste réseau de relations qu'il avait tissé grâce au tourisme. Il l'avait déjà utilisé lors des événements de Tchintabaraden afin que les médias français les dénoncent publiquement alors que les autorités nigériennes s'efforçaient de les dissimuler à l'opinion nationale. Mano ag Dayak apparut très vite comme l'ambassadeur de la cause touarègue, attaché à la voie pacifique et au dialogue politique [Dayak, 1992], plus que comme un de ses chefs militaires, ce rôle étant dévolu à Rhissa ag Boula et quelques autres.

Depuis déjà longtemps, Mano ag Dayak avait manifesté une opposition non dissimulée au régime militaire du général Seyni Kountché l'accusant de favoriser le Sud du Niger au détriment du Nord qui, pourtant, renfermait les mines d'uranium dont l'exportation constituait la principale source de revenus du pays. Ses propos recevaient alors un écho favorable dans certains milieux français qui épousaient aveuglement ses thèses, notamment celle de la marginalisation délibérée des Touaregs par l'État nigérien. Son ouvrage [Dayak, 1992] les développe clairement et expose sa version (très contestable et contestée) de l'histoire régionale depuis la colonisation dont il fait presque l'apologie. Certaines personnalités comme Bernard Stasi, Edgar Pisani, le comédien Rufus, le cinéaste Bernardo Bertolucci, le photographe Jean-Marc Durou et d'autres encore y apportèrent un témoignage de solidarité. Outre cette publication, Mano ag Dayak activa le *lobby* pro-touareg français qui apporta un soutien aveugle à la cause touarègue à la fois dans la presse écrite (journal VSD notamment dont le directeur François Siegel était un de ses proches) et sur les ondes de Radio France internationale. Depuis le bureau de Temet-Voyages à Paris, il fonda l'association TOUAREGS à laquelle adhèrent ses amis du rallye Paris-Dakar, des artistes, des touristes amoureux de la région d'Agadès, des hommes politiques, des journalistes et même d'anciens officiers méharistes, ces derniers regrettant alors ouvertement que le pays touareg n'ait pas été détaché du reste du Niger lors de l'indépendance comme cela avait été un moment envisagé avec l'OCRS (Organisation commune des régions sahariennes)¹⁶. Tous s'impliquèrent dans le débat en

16. L'ONG TOUAREGS obtint grâce à ses relations des espaces gratuits d'annonces dans le métro parisien et les rues de la capitale.

prenant parti de manière inconditionnelle pour ces Touaregs blancs menacés – ignorant les Touaregs noirs pourtant plus nombreux et qui s'estiment souvent opprimés par les premiers – et condamnèrent sans nuance les autorités nigériennes. Celles-ci n'étaient pourtant pas responsables des événements de Tchintabaraden, n'étant pas au pouvoir à ce moment-là. Enfin, des associations comme France-Libertés de Danièle Mitterand se montrèrent favorables au mouvement, celle-ci inaugurant une exposition photographique consacrée aux Touaregs au Musée de l'Homme (3 juin 1992). Peu de voix (françaises), si ce n'est celles de chercheurs comme André Bourgeot et Dominique Casajus, adoptèrent à juste titre une position critique à l'égard de la rébellion soulignant notamment les risques que ses responsables faisaient prendre à l'ensemble de la communauté touarègue dont les plus démunis étaient les plus touchés par ses conséquences économiques et par les exactions de la soldatesque.

La rébellion a donc eu une dimension transnationale non négligeable, Mano ag Dayak étant considéré à tort par la presse française qu'il avait su rallier à sa cause, comme le porte-parole de la communauté touarègue. Il exploita remarquablement l'image d'une communauté qui, sans mobilisation internationale, risquait de disparaître sous le feu de l'armée nigérienne qu'elle tenait pourtant en échec sur le terrain. Il n'avait cependant aucune légitimité « traditionnelle » ni aucun mandat¹⁷ pour représenter à lui seul le monde touareg, par ailleurs morcelé. Sa position sur le devant de la scène s'expliquait uniquement par son activité de voyageur et la renommée qu'il en avait retirée en France. Il n'était pas le seul dans ce cas, le tourisme ayant, localement, induit d'importantes recompositions politiques : Rhissa ag Boula et d'autres chefs de front furent les seuls interlocuteurs des autorités nigériennes ainsi que de la France et de l'Algérie, pays médiateurs du conflit. L'aristocratie touarègue n'intervint pas ou peu, son pouvoir politique s'érodant plus encore après l'avènement du multipartisme au Niger.

La rébellion s'acheva officiellement avec les accords de paix définitive signés le 24 avril 1995 à Niamey par les représentants du gouvernement et Rhissa ag Boula qui s'était imposé sur le terrain comme étant le principal dirigeant de la rébellion et non plus Mano ag Dayak. L'accord final proposait, d'une part, l'adoption d'une loi sur la régionalisation et la décentralisation qui impliquait une réorganisation territoriale et administrative tout en insistant sur l'indispensable unité nationale. D'autre part, il envisageait les modalités de restauration de la paix avec la création d'un Comité spécial de la paix chargé de veiller à l'application des dispositions de l'accord et à l'exécution des opérations de désarmement. Enfin, il prévoyait la mise en place de forces de défense et de sécurité, un démantèlement des groupes et bandes armées (milices), une amnistie générale, une réintégration dans leur corps d'origine d'anciens combattants démobilisés et des mesures pour promouvoir le développement économique et social du Nord.

17. Certains avancent que les services secrets français soucieux de susciter un interlocuteur valable ont favorisé Mano ag Dayak aux dépens des dirigeants rivaux de la rébellion [Casajus, 1995].

L'exploitation humanitaire du mythe

Fondement de l'économie touarègue, le pastoralisme a été touché de plein fouet par une succession de crises qui se déclenchèrent au cours des sécheresses de 1973-1974 puis de 1984-1985. La région d'Agadès a donc été très tôt le théâtre de nombreuses opérations d'aide ainsi que de projets de développement qui entendaient donner aux éleveurs le moyen de reprendre leur activité traditionnelle. Dans ce contexte, l'État et les organisations internationales jouèrent un rôle essentiel. À leurs côtés, de nombreuses ONG affluèrent dans la région, leur nombre se multipliant avec l'instauration de la démocratie et la reconnaissance du droit d'association, ce type de démarche émanant de la société civile étant désormais appréciée par le monde du développement.

De retour au Niger peu de temps après la sécheresse (1976), Mano ag Dayak sensibilisait déjà ses groupes de touristes au dénuement des Touaregs de l'Air. De même, il contribua à faire en sorte que les organisateurs du Paris-Dakar fassent un geste en faveur des populations locales, démarche qu'ils finirent par accepter sous la pression d'opposants au rallye qui se regroupèrent au sein du collectif PASDAK. Celui-ci accusait l'épreuve de causer des dégâts à l'environnement et de traverser les villages et campements à très vive allure au risque de tuer des enfants (cela se produisit plusieurs fois). Pour répondre à ces critiques, Thierry Sabine lança un mouvement de solidarité et d'aide en faveur des pays traversés (Mauritanie, Mali, Niger et Sénégal) qui se traduisit par quelques actions en matière de santé, d'éducation et d'hydraulique et par l'organisation d'une caravane humanitaire qui suivait les concurrents. Les sommes allouées à ces actions étaient (et demeurent) cependant dérisoires par rapport au budget de l'épreuve, mais celle-ci n'est pas une entreprise philanthropique¹⁸.

Si des Touaregs résidant en France ont été à l'origine de petites structures d'assistance à leur communauté, la plupart des associations d'aide à la région ont été créées au cours des années quatre-vingt-dix, notamment après la signature des accords de paix de 1995 la zone souffrant des séquelles de la rébellion. L'ONG TOUAREGS, fondée en 1992 par Mano ag Dayak a ainsi été une des premières à intervenir avec un budget, à titre d'exemple, de près de 160 000 FF en 1999, ses actions portant sur la scolarisation, la santé, la construction de puits pastoraux et l'agro-écologie. La lecture de ses bulletins d'information destinés à ses adhérents, parrains et bienfaiteurs sont révélateurs d'un certain lyrisme comme le révèle ce récit :

Au campement d'Eggur, Tawni jouera pour nous des mélodies douces et mélancoliques au violon touareg. Puis les femmes chanteront en frappant le tendé. Quelle surprise de voir autour de nous une dizaine de jeunes gens, l'épée à la main, venus d'on ne sait où, en pleine nuit, pour danser. La nuit est fraîche, et le ciel resplendissant d'étoiles. La disponibilité, le temps, toutes ces notions que la vie occidentale

18. Après une participation au rallye comme pilote, le prince Albert de Monaco fonda une ONG, Monaco Aide et Présence, qui prend en charge, depuis 1988, le fonctionnement et l'approvisionnement en médicaments d'un dispensaire d'Agadès.

nous fait oublier, nous sont ici dispensées avec une telle générosité. Ces hommes et ces femmes inoubliables veulent conserver leur culture et leur identité, mais l'école et la santé font aussi partie de leurs rêves (Annie et Claude Bon)¹⁹.

Mano ag Dayak a été, indirectement, à l'origine d'autres associations comme *Grain de sable* fondé en 1996 après une expédition qu'il avait organisée pour son futur président et quelques amis (1992). L'ONG *Les amis de Timia* a aussi vu le jour au cours d'un voyage entre Tamanrasset et Agadès, son fondateur s'arrêtant plusieurs jours dans le village et se prenant de passion pour ses habitants « vivant d'une manière traditionnelle » et non pas comme en Algérie où il vécut et où les Touaregs sont « arabisés » [Gosmane-Avella, 2004]. Enfin, dernier exemple, l'ONG *Tatit* a été mise en place par une ancienne coopérante au Niger qui a épousé un ressortissant de la région de Bagga puis décidé d'aider la population locale victime de la sécheresse et de la guerre civile à « reconstruire un avenir digne pour eux et pour leurs enfants » [Gosmane-Avella, 2004].

La création de ces structures, comme beaucoup d'autres (il y en aurait plus d'une trentaine), est donc marquée, au départ, par une histoire personnelle née d'un séjour ou d'un simple voyage dans la région qui a suscité un attrait pour la société touarègue appréhendée sous l'angle de son folklore. Dans ces conditions, leurs fondateurs jouèrent un rôle important. Pour être crédibles et mobiliser des ressources financières en Europe, ils doivent, d'une part, se targuer d'une connaissance fine de la société touarègue et de ses problèmes de développement qu'ils n'ont bien évidemment pas. Ils doivent, d'autre part, prétendre avoir des solutions pour les résoudre et atténuer la souffrance des populations. Sur place, leurs compétences étant limitées, ils s'en remettent à leurs correspondants touaregs, véritables courtiers du développement, qui sont donc à l'interface des donateurs et des bénéficiaires dont ils connaissent les besoins, la manière d'y faire face et de gagner l'accord, mais ne sont pas dénués d'arrière-pensées. L'examen des projets conçus par ces ONG montre que leurs actions portent principalement dans le domaine de la scolarisation, viennent ensuite la reconstitution du cheptel, la réalisation et/ou la réhabilitation des points d'eau ainsi que la santé publique (création de cases de santé et distribution de médicaments). Sont privilégiés le massif de l'Aïr (vallée de Tidène et régions de Timia et d'Iférouane) ainsi que l'arrondissement de Tchintabaraden dans l'Azawagh. Dans tous les cas, la partie de la population la plus défavorisée est particulièrement visée, mais ce type d'intervention, ici comme ailleurs en Afrique, profite bien souvent à des groupes restreints (famille, lignage) et non à tout un village ou campement accroissant ainsi les inégalités socio-économiques locales. La question qui se pose, mais que ces ONG ne se posent pas étant persuadées de la légitimité de leurs actions, est de savoir quels intérêts et positions sociopolitiques favorisent-elles ?

À cela, on peut répondre que ces ONG ont sans doute privilégié, au départ, les Touaregs blancs et notamment les Iforas de la vallée de Tidène sous l'influence de Mano ag Dayak qui a été avant l'heure un courtier du développement tout en étant

19. Bulletin d'information, association TOUAREGS, février 2000.

le principal opérateur touristique. Depuis le début des années quatre-vingt-dix, ces ONG prêtent davantage attention aux Touaregs de « souche noire » qui sont souvent les plus nécessiteux. Aussi, on peut considérer avec Nicoletta Gosmane-Avella [2004] que des « ONG de nobles » comme *Orion* qui collabore étroitement avec des groupes aristocratiques de l'Azawagh cohabitent avec des « ONG de pauvres » telle que *Timidria* qui lutte contre les formes persistantes d'esclavagisme en favorisant l'émancipation et la réinsertion de ses victimes tout en dénonçant le pouvoir abusif de la chefferie traditionnelle qui s'exerce aux dépens des Touaregs noirs. Dans un cas comme dans l'autre, les actions menées sont toutefois trop ponctuelles pour avoir un effet important et durable sur la situation socio-économique de la société touarègue dont la condition s'est davantage détériorée lors de la rébellion.

Les « courtiers » du développement ou développeurs « autoproclamés » sont une des caractéristiques et plus encore ambiguïté de la grande majorité des associations travaillant dans la région d'Agadès. Cette spécificité s'explique par le passage du loisir à l'humanitaire, leurs responsables étant soupçonnés de faire du tourisme dans l'Aïr, tous frais payés, sous le prétexte d'évaluer les actions entreprises par leur structure. Regroupées au sein du Collectif Nord Niger (soit une quinzaine d'ONG), les intervenants dans la région de l'Azawagh, peu touristique, accusent ceux qui opèrent dans l'Aïr d'être mus essentiellement par le tourisme. Certaines ONG ne s'en cachent pas puisqu'elles font du tourisme même leur domaine d'activité à travers la revendication d'un tourisme « autre », « intelligent » et « générateur de revenus pour les populations locales » comme le prétend *Croq'nature* [Gosmane-Avella, 2004]. En dépit de ces querelles, l'intérêt du Collectif est de coordonner un minimum les interventions de toutes ces ONG pour faire en sorte qu'il n'y ait pas de chevauchement dans leurs actions, chacune ayant un territoire d'action délimité. Enfin, il est clair que beaucoup d'entre elles travaillent en étroite relation avec des agences de voyages locales comme Aharous-Voyages ou des guides qui leur apportent un soutien logistique. D'autres sont proches de milieux politiques (député national ou anciens chefs rebelles) et entreprennent des opérations d'aide sous leur couvert. Enfin, en marge de ces ONG, opèrent des structures plus importantes comme le Conseil général des Côtes d'Armor dans le cadre de la coopération décentralisée. Engagée en 1987 par l'ancien ministre Charles Josselin, alors Président du Conseil général, la coopération décentralisée entre ce département et celui d'Agadès portent sur de multiples domaines et se veut être un lieu de rencontres entre les hommes et les femmes des deux territoires : des délégations bretonnes se rendent ainsi régulièrement au Niger pour visiter les sites d'interventions. Inversement, de nombreux Touaregs (artisans, conteurs, danseurs, comédiens, etc.) sont invités à venir en Bretagne, comme ce fut le cas à la foire de Saint-Brieuc (septembre 2000).

Conclusion

Même si le tourisme en pays touareg fut un tourisme de randonnée et de bivouac plus que de construction d'infrastructures et de créations massives d'emplois, il a

quand même eu des retombées socio-économiques au cours des quinze années où il a pu se développer librement. Il a facilité la constitution de réseaux transnationaux à la fois d'amitié et de solidarité, lesquels ont eu des incidences politiques et humanitaires. Toutefois, il a eu un impact limité en terme d'accumulation individuelle car il s'est effectué à trop petite échelle : Mano ag Dayak et les autres responsables d'agence, de même que les artisans-forgerons, ne se sont jamais enrichis de manière comparable aux commerçants et transporteurs du Sud du Niger qui sont devenus de riches hommes d'affaires. Ceux d'entre eux qui travaillaient pour les sociétés minières d'Arlit et Akokan ont ainsi gagné beaucoup plus d'argent que les bénéficiaires du tourisme saharien. Activité saisonnière, il n'est pas un domaine d'accumulation rapide et n'offre pas de grosses marges comme le négoce car il doit tenir compte aussi de la concurrence algérienne, mauritanienne et malienne. Cela explique que les inégalités économiques entre le Nord et le Sud du pays se soient davantage creusées.

En coulisse de la scène touristique, s'est donc mise en place toute une dynamique d'aide à travers la prolifération d'associations centrées sur le pays touareg. Celles-ci sont beaucoup plus nombreuses dans le Nord du Niger que dans le Sud haoussa et djerma. Certes, cette zone a été particulièrement touchée par la sécheresse, la famine et la rébellion, mais ces événements n'expliquent pas tout : les Touaregs, au même titre que les Masais du Kenya, les Dogons du Mali ou les Pygmées du Congo, font partie de ces groupes ethniques qui occupent une place originale et privilégiée aux yeux des touristes occidentaux. De là, naît une relation affective qui explique un engouement qui peut se traduire par des engagements politiques et humanitaires : beaucoup d'ONG sont nées sous l'effet d'un coup de cœur consécutif à un voyage touristique. De leur côté, les Touaregs, comme ces autres populations, s'efforcent d'entretenir l'image qui est attendue d'eux [Pandolfi, 2001] afin de préserver le « mythe » et par là une rente, tout en offrant une vision misérabiliste pour susciter l'aide.

BIBLIOGRAPHIE

- ADAMOUB. [1979], « Agadès et sa région », *Études nigériennes*, n° 44, IRSH, Niamey.
- BEJUI D. et P. [1994], *Exploits et fantasmes transsahariens 80 ans de traversées sahariennes abouties ou rêvées, en auto, en camion, en train et en avion*, Chanac, Éditions La Régordane.
- BERNUS E. [1983], « Place et rôle du forgeron dans la société touarègue », in N. Échard (textes réunis par), *Métallurgies africaines-Nouvelles contributions*, Paris, mémoire de la société des africanistes, p. 237-251.
- BOILLEY P. [1989], « Les Kel Adagh et la colonisation. Étude des évolutions politiques, sociales et économiques du groupement touareg de l'Adrar des Iforas (1894-1965) », *Islam et Sociétés au Sud du Sahara*, 3 mai, p. 233-252.
- BOILLEY P. [1994], « Aux origines de la question touarègue au Mali. Une exception coloniale : l'occupation pacifique de l'Adrar des Ifoghas », *Islam et Sociétés au Sud du Sahara*, n° 7, p. 143-181.

- BOURGEOU A. [1992], « L'enjeu politique de l'histoire : vision idéologique des événements touaregs (1990-1992) », *Politique africaine*, n° 48, p. 129-135.
- BOURGEOU A. [1994], « Révoltes et rébellions en pays touareg », *Afrique contemporaine*, n° 170, p. 3-19.
- BOURGEOU A. [1995], *Les sociétés touarègues, Nomadisme, identité, résistances*, Paris, Éditions Karthala.
- BOURGEOU A. [1996], « Les rébellions touarègues : une cause perdue ? », *Afrique contemporaine*, n° 180, p. 481-499.
- CASAJUS D. [1995], « Les amis français de la cause touarègue », *Cahiers d'études africaines*, vol. XXXV(1), n° 137, p. 237-250.
- DAYAK M. [1992], *Touareg, la tragédie*, Paris, Éditions Lattès.
- DAYAK M. [1996], *Je suis né avec du sable dans les yeux*, Paris, Éditions Fixot, 1996.
- DE BARRIN J. [1990], « Des centaines de Touaregs tués au Niger », *Le Monde*, 15 juin 1990.
- FERNANDEZ P. [1998], *Les artisans de l'Air au Niger : Recomposition sociale et transformations économiques*, mémoire de DEA en anthropologie sociale et ethnologie, École des hautes études en sciences sociales, Paris.
- GOSMANE-AVELLA N. [2004], *Les associations de développement en milieu touareg du Niger, une étude comparative*, mémoire de DEA, EHESS, Paris, 102 p.
- GRÉGOIRE E. [1999, réimp. 2001], *Touaregs du Niger, le destin d'un mythe*, Paris, Karthala.
- HENRY J.R. [1983], « Le désert nécessaire », in *Désert, Nomades, Guerriers, chercheur d'absolu*, Paris, Éditions Autrement, Série Monde, HS n° 5.
- MAIGA A. [1991], *L'impact économique du tourisme international dans le développement de la région d'Agadez au Niger*, mémoire de DES de tourisme, Université de Paris 1-Institut de recherche et d'études supérieures de tourisme, Paris.
- PANDOLFI P. [2001] « Les Touaregs et nous, une relation triangulaire ? », *Ethnologies comparées*, n° 2 : Miroirs identitaires.
- PANDOLFI P. [2004], « La construction du mythe touareg, quelques remarques et hypothèses », *Ethnologies comparées*, n° 7.
- SALIFOU A. [1993], *La question touarègue*, Paris, Karthala.

Les danses *woDaaBe* entre spectacles touristiques et scènes internationales : les coulisses d'une migration chorégraphique

*Mahalia Lassibille**

Les recherches que je mène depuis 1994 sur les danses des *WoDaaBe*, Peuls nomades du Niger¹, m'ont conduite comme nombre d'africanistes à effectuer plusieurs enquêtes de terrain parmi eux en « brousse ». C'est dans ce cadre que j'ai initialement observé leurs danses. Or, à partir des années 2000, un groupe de *WoDaaBe* que je connais depuis 1996 m'a sollicitée pour les accueillir afin de venir vendre des bijoux en France, ce qu'ils font désormais tous les ans. Et au cours de ces voyages, il leur arrive de se produire dans différents festivals de danse. J'ai ainsi assisté du 18 au 24 juillet 2005 au festival Interfolk du Puy en Velay (Haute-Loire), festival folklorique international où ils étaient programmés. Ce contexte est important à signaler en tout premier lieu car, outre le don et le contre-don qu'une recherche implique, la relation auparavant établie avec les *WoDaaBe* n'est pas sans influencer sur l'enquête qu'elle a en même temps permise. Le début de mes conversations avec Sanda, un danseur de la troupe, en est une illustration :

– « Y a-t-il des différences entre ces danses et les danses en brousse ? »

– « Sanda : Tu connais les danses en brousse, tu les as vues, tu sais. »

Si ce prolongement de la recherche confirme que l'ethnologue dirige parfois moins l'enquête que ses interlocuteurs, le mouvement des *WoDaaBe* vers notre continent et le nouveau contexte de danse qu'il implique posent un ensemble de questions : comment leurs danses s'insèrent-elles dans des circuits internationaux ? Quels en sont les effets sur leur réalisation ? Quelles recompositions locales peuvent avoir lieu à partir de danses devenues internationales ?

* Anthropologue, chargée de cours à l'Université de Bordeaux II.

1. Plus communément appelés Peuls Bororos, il s'agit d'une dénomination originellement allochtone tirée du nom des zébus bororodji que les *WoDaaBe* élèvent.

Du local à l'international : les danses au cœur d'une dynamique de réseau

Des *WoDaaBe*, ce sont principalement leurs danses qui sont connues dans nos sociétés. Pas un article, pas un reportage, pas une évocation ne paraît à leur sujet sans que celles-ci soient abordées et qu'une photographie en soit diffusée. Leur caractère photogénique y contribue et accentue assurément ce phénomène (photos 1 et 2). Ces images apparaissent dans nos médias, parfois sans faire référence aux *WoDaaBe*, au travers de reportages, publicités (Arte), cartes postales et pochettes de disques (Manu Ciao, *Clandestino*, 1998 ; Ornette Coleman, *Virgin beauty*, 1988). Les Occidentaux demandent ainsi à voir ces manifestations réputées pour leur beauté tout comme les *WoDaaBe*, conscients de l'apport financier que cela représente, le leur proposent eux-mêmes. Les danses s'inscrivent dès lors dans différents cadres de négociations.

Pluralité des contextes de danse et des espaces de négociations

Les réunions d'hivernage constituent pour les *WoDaaBe* l'une des principales occasions de danses au Niger². Cependant, des Occidentaux, essentiellement des touristes et des journalistes venus en brousse en quête de belles images, souhaitent y assister en dehors de cette période, ce qui donne lieu à une première occasion de négociations. Pour ces danses « touristiques », les *WoDaaBe* rassemblent les jeunes des campements alentour qui interprètent différentes chorégraphies. Certes, le déroulement en est pour certaines modalités transformé, mais cette réalisation n'enfreint aucun interdit car la plupart des danses peuvent être entreprises en saison sèche et lors de circonstances plutôt libres. La seule réserve concerne la danse *geerewol*³ qui, aux dires des Peuls nomades, ne peut être effectuée qu'au cours d'une cérémonie précise, la *Ngaanyka*⁴. Exécutée néanmoins hors de ce cadre lorsque la demande est explicite, elle fera l'objet d'une contrepartie financière supérieure. Au-delà des discours, les pratiques des acteurs se révèlent donc plus complexes et les règles plus malléables que les *WoDaaBe* ne l'expriment au premier abord. Cependant, ces danses à la demande semblent rester minoritaires par rapport à une deuxième occasion qui devient actuellement plus fréquente en brousse : assister aux danses « cérémonielles ».

2. Pendant les neuf mois de saison sèche que le Niger connaît par an, les campements *woDaaBe* sont dispersés et les danses restent occasionnelles. Puis, dès que l'hivernage arrive, les Peuls nomades entament leur transhumance et vont participer à différents rassemblements pendant lesquels les danses seront nombreuses.

3. Pour cette danse la plus importante pour les *WoDaaBe* et la plus réglementée, les jeunes hommes s'alignent puis, tout en entonnant leur chant de lignage, soulèvent lentement leurs talons, lèvent les bras et réalisent des expressions du visage où ils montrent le blanc de leurs dents et de leurs yeux. Ils alternent cette chorégraphie avec une autre où ils effectuent différents frappés de pieds. Au terme de la *geerewol*, des jeunes filles élisent le plus beau des danseurs.

4. Réunion d'hivernage qui n'est ni obligatoire ni annuelle, la *Ngaanyka*, appelée « la guerre des *WoDaaBe* », rassemble deux lignages qui se confrontent par la danse, la *geerewol* essentiellement, ceci pour instaurer son influence et « voler des femmes » du groupe adverse afin de nouer des mariages *teele* exogames.

En effet, les touristes, journalistes et personnes travaillant au Niger au sein de la coopération ou de missions humanitaires peuvent se rendre aux réunions d'hivernage, principalement à la *Ngaanyka* afin d'y admirer la célèbre *geerewol* qui fascine les Occidentaux. D'autant qu'avec la baisse de l'insécurité au Niger et l'essor d'infrastructures, des circuits touristiques se multiplient. Des voyageurs spécialisés proposent de goûter à la beauté des déserts à des amateurs d'aventures et de vacances hors des sentiers battus, avec bivouacs et randonnées dans les dunes. Ils prônent « un voyage à l'écart des itinéraires de masse » qui « permet d'accéder aux endroits les plus rares, les plus beaux de la planète et rencontrer ceux qui y vivent », « de découvrir des lieux authentiques », « des terres rares et fortes », « des paysages vierges ». Ces agences dont les noms suggèrent l'exploration et le zigzag des randonnées mettent en avant l'originalité et l'authenticité de voyages dans lesquels le désert et les populations nomades sont un attrait central. D'ailleurs, nombre de ces circuits ne se trouvent pas parmi les destinations « Afrique » mais « Sahara », les mots Sahara, Ténéré et Air cristallisant un imaginaire de grands espaces qui mêlent dunes aux couleurs orangées et oasis verdoyantes.

De plus, ces agences promeuvent, dans leurs formules de voyage, des contacts directs avec les populations locales, moyen d'acquérir selon elles des connaissances humaines et culturelles uniques. Elles insistent sur la découverte d'hommes et de femmes « différents » et plus précisément sur la possibilité d'approcher les campements « solitaires » des dernières populations nomades, « rares peuples à avoir maintenu intacte et vivante leur culture millénaire et authentique ». Parmi les expéditions « Le désert du Ténéré et ses dunes majestueuses », « Le massif de l'Air et ses oasis verdoyantes » et autres « caravanes de sel » prennent place un certain nombre d'itinéraires incluant « les grandes fêtes des peuples du désert ». Et si la cure salée est devenue un classique au Niger tout comme certains festivals touaregs, les voyageurs y intègrent désormais la fête *bororo* du *Guerewol*, « aussi authentique que spectaculaire ». Ils annoncent :

PROMO : En septembre, le Sahara est en fête. Venez la partager avec nous. Spécial Guerwal et Cure salée. Un mois par an, les nomades peuls bororos et touaregs se réunissent aux portes du Sahara. C'est le temps de la « cure salée » où les troupes vont se repaître de ce précieux aliment. Dans les villages reculés, les peuls bororos vêtus de pagnes finement brodés aux couleurs chatoyantes, maquillés et coiffés de plumes d'autruche célèbrent la fête du *Guerewol*. Ils se prêtent à un véritable concours de beauté durant lequel les hommes rivalisent entre eux pour séduire les jeunes filles... Un voyage au cœur des fêtes nomades.

Les agences insistent sur le caractère nomade des *WoDaaBe* qui en appelle à un imaginaire porteur en Occident, et sur la beauté de leurs danses et de leurs parures. Les touristes arrivent ainsi de façon plus organisée aux réunions d'hivernage et assistent à des danses *woDaaBe*⁵.

5. Les fêtes célébrées en ville par les *WoDaaBe* comme la fête musulmane *Juulde* s'inscrivent dans un contexte similaire. Les touristes peuvent être présents en échange d'une contrepartie financière portant notamment sur la prise d'images.

Enfin, des spectacles sont réalisés en ville, en premier lieu à Niamey quand les *WoDaaBe* dansent pour des fêtes de particuliers, pour des manifestations culturelles (Festival international de la mode africaine, Jeux de la francophonie) ainsi que lors des réceptions organisées par le gouvernement nigérien à l'occasion de la visite de chefs d'État. « J'ai dansé en ville contre de l'argent... Pour le bureau de notre président. Quand Blaise Campaore (président du Burkina Faso) est venu, nous avons été invités » explique Ria en 1996. Ce jeune homme, qui a perdu son troupeau lors de la sécheresse de 1984, travaille à Niamey où il fait du commerce de turbans et à l'occasion, de danses. Il a dansé sur « invitation » au Niger et dans plusieurs capitales africaines tandis que son ami a fait de même en France, à Eurodisney pour la sortie du film « le Roi Lion ». Car, depuis de nombreuses années maintenant, plusieurs villes en France, au Canada, en Espagne... organisent des spectacles et des festivals au cours desquels les *WoDaaBe* se produisent (Festival de l'imaginaire, Paris, 1997 ; Centre culturel d'Anvers, 2000 ; Festival Mawazine, Rabat, 2005...).

Au sein d'un même phénomène de négociation de danses, il existe par conséquent une diversité de contextes donnant lieu à des pratiques et des enjeux différents pour les *WoDaaBe* : des danses effectuées en brousse à la demande, une présence à des danses « cérémonielles » et des danses réalisées sur scène. Une approche exhaustive met en évidence que leur commercialisation n'est en rien réservée à la ville et à des circonstances parfois considérées comme artificielles. Elle conduit à affiner nos catégorisations et à envisager cette question dans toute sa complexité : l'analyse de ces diverses situations révèle des pratiques spécifiques qu'il est important d'identifier au sein d'une recherche anthropologique. Mais loin de constituer des occasions de danse isolées les unes des autres, celles-ci se développent en interactions.

Vers une programmation en réseau

La programmation du groupe de *WoDaaBe* au festival d'Interfolk du Puy-en-Velay a été proposée aux organisateurs par une personne qui s'est rendue en mission humanitaire au Niger où elle a rencontré un groupe de *WoDaaBe* du lignage des *Bii Korony'en*. De retour en France, elle a démarché plusieurs festivals en leur nom. À travers mes conversations avec les *WoDaaBe*, je me suis rendu compte que plusieurs Occidentaux venus au Niger pour des raisons notamment touristiques et qui ont parfois assisté aux danses locales, entreprennent les mêmes démarches, étant toujours fortement sollicités en ce sens par les Peuls nomades. Ceci manifeste en premier lieu la part active des *WoDaaBe* : non seulement ils ne sont pas réductibles à une société éternelle qui nomadise dans les lointaines contrées nigériennes, mais ils sont acteurs de leurs déplacements et de la commercialisation des danses qu'ils souhaitent développer. Ils intègrent alors dans leur stratégie des touristes et autres voyageurs et tendent à accroître un réseau dont j'étais finalement devenue membre. Ainsi, c'est via des relations nouées au Niger et les circulations d'Occidentaux entre les continents que certains festivals programment les *WoDaaBe*.

Or, ces festivals fonctionnent eux-mêmes très souvent en réseaux. Le festival Interfolk fait partie du CIOFF, le Conseil International des Organisations de Festivals de Folklore et d'Arts Traditionnels. Cette ONG culturelle internationale entreprend, en relation avec l'UNESCO, des projets de sauvegarde de la culture traditionnelle. Les organisateurs d'Interfolk qui voulaient programmer les *WoDaaBe* ont contacté différents festivals qui collaborent avec le CIOFF afin de savoir s'ils étaient eux aussi intéressés par leur prestation. Le festival « Danses et musiques du monde » de Felletin (Creuse) et le festival « Mondes croisés » de Murat (Cantal) ont alors programmé la troupe artistique de l'ONG Aourinde. Car les *WoDaaBe* se sont également progressivement organisés. Bazo, un *boDaaDo* (singulier de *WoDaaBe*) sédentarisé à Niamey, explique :

J'ai commencé après la sécheresse (1984). Nous n'avions plus d'animaux et nous cherchions de l'argent. Cela a commencé à Niamey. Des associations nous contactaient et nous partions danser. Je suis allé au Burkina Faso. Mais comme nous n'avons pas été bien payés, nous nous sommes organisés entre *WoDaaBe*. Maintenant, on nous propose directement de danser. Au début, ce n'était pas nous qui fixions les prix. Maintenant, nous fixons les prix. 50.000 francs CFA (500 francs français), 100 000, 200 000, cela dépend.

Outre les contacts qu'ils sont avides de nouer, les *WoDaaBe* se regroupent dans le but de développer des occasions de danses et de mieux négocier les prix. Cette organisation prend actuellement la forme d'associations. Le groupe de *WoDaaBe* venu à Interfolk a par exemple créé en 1998 l'association Aourinde (*hawr-*, se réunir) devenue ONG en 2004. Cette ONG vise des objectifs locaux comme le financement et la mise en place d'actions d'aide à l'insertion sociale et au développement, et des objectifs internationaux, plus exactement la promotion de la culture et l'artisanat nigériens dans les échanges interculturels Nord/Sud grâce à la vente de bijoux et la prestation de danses. Au-delà de ce groupe, les *WoDaaBe* ont créé de nombreuses associations (seize associations et une ONG dénombrées en 2004) dont certaines sollicitent et sont sollicitées pour danser. Cette trame associative est devenue incontournable.

Il y a pourtant dans ce dispositif associatif d'origine occidentale particulièrement stratégique d'autres enjeux que ceux généralement présentés. En effet, chaque association regroupe pour l'essentiel un lignage ou plus précisément une partie de lignage, et développe une importante concurrence avec les autres, même si cette compétition n'est pas explicitement affirmée par les *WoDaaBe*. Les contacts à l'étranger ne s'échangent pas ; les contre-informations circulent en revanche allègrement. En fait, non seulement l'appartenance à un lignage est une référence essentielle pour les Peuls nomades et régit nombre de leurs pratiques, mais la compétition lignagère a toujours été présente dans le fonctionnement social et politique du groupe [Lassibille, 2004a]. La concurrence entre associations n'est pas la conséquence de ce nouveau marché mais correspond plutôt à une appropriation et à la constitution d'un nouvel espace d'affirmation lignagère, ce qui complexifie le rapport entre local et international et accentue encore l'existence de réseaux.

La programmation des danses *woDaaBe* au sein de festivals passe donc par des réseaux transnationaux qui mettent en relation différents acteurs : des Occidentaux qui de spectateurs deviennent médiateurs ; des festivals organisés en réseaux ; et des *WoDaaBe* « agencés » en de multiples associations et ONG. Par ce biais, leurs danses, de manifestation locale, se transforment en pratique internationale. Et ce changement d'échelle découle à la fois de flux de population et de médias qui sont interconnectés [Appadurai, 2005]. L'internationalisation des danses *woDaaBe* advient par la circulation d'Occidentaux dont l'imaginaire est nourri d'images fortement médiatisées ; elle implique aussi les déplacements désormais fréquents des *WoDaaBe* dans les pays du Nord. Ils usent alors de tous les moyens de communication disponibles, téléphone, téléphone-portable et Internet : ils envoient des courriels afin d'organiser leurs voyages, tentent de créer des sites promouvant leurs associations... Dans ce nouveau contexte, quel sens et quelles formes prennent ces danses pour les différents acteurs concernés ?

Du local au local : regards croisés et interférences

Créé en 1963, le festival Interfolk du Puy s'est peu à peu développé en tant que site et en termes d'actions : il mêle des spectacles, des animations de rue, de marché et de quartier, des stages de danse. Il en est de même sur le plan des programmations : les groupes folkloriques français ont fait place à des groupes étrangers qui forment actuellement l'essentiel des troupes accueillies et dont l'exotisme constitue un critère dans les choix réalisés. Au cours d'un entretien, un responsable du festival a en effet commencé par définir trois points généraux de sélection relativement attendus : fréquence de programmation éloignée, qualité de la troupe et diversité géographique. Mais par la suite, d'autres critères sont apparus. Les organisateurs disent réaliser leur programmation selon les goûts du public ou plus exactement ce qu'ils définissent comme étant les goûts du public. Les critères sont alors l'originalité voire la rareté du groupe et le « dynamisme » des danses qu'il présente : « ... il faut des folklores qui bougent un petit peu, qui sortent de l'ordinaire. ». De plus, les propres goûts des organisateurs et les offres proposées au sein des réseaux entrent en ligne de compte et ramifient les possibilités de choix. À partir de critères relativement logiques dans la perspective d'intéresser un public nombreux, il en émerge d'autres nettement plus arbitraires. D'autant que l'organisateur du festival qui venait d'assister aux premières représentations des *WoDaaBe* m'a fait part de son appréhension quant à leur prestation prévue pour le soir même. En effet, leurs danses, que l'on peut qualifier de lentes, devaient occuper à elles seules une heure et quart de spectacle. Se posait de façon aiguë la manière dont elles avaient été programmées.

Une programmation en contretype

- « pourquoi avez-vous programmé les *WoDaaBe* ? »
- « Ah... Le hasard a voulu qu'un jour, je reçoive un coup de téléphone de Bernadette (la personne venue en mission humanitaire au Niger) qui a dû trouver nos

coordonnées sur Internet. J'ai regardé un peu, je me suis dit : « Tiens, pourquoi pas des Bororos ». Cela peut être intéressant, on n'en a jamais eu. L'image qu'on en avait à l'époque, c'est les hommes bleus, c'est le désert. S'ils viennent, même avec leurs dromadaires et leurs chameaux... pourquoi pas ! Faire venir des associations telle que la troupe que l'on reçoit, ça nous change un petit peu des troupes je vais dire... très stylisées tels le Pérou, le Laos, la Corée... Je me suis dit que cela pouvait être une très bonne expérience à vivre et c'est une très bonne expérience. »

– « En quoi est-ce une très bonne expérience ? »

– « Parce qu'ils nous ont apporté, et je leur ai mis dans le petit mot que je leur ai écrit, une certaine pureté qu'on a perdue et puis une certaine... je vais dire, la phrase que j'ai mise, la dédicace, c'est : « ils nous ont appris que le temps venait après le temps alors que nous en France, le temps précède le temps ». Ils ne sont jamais pressés, ils prennent leur temps. Et malheureusement, chez nous, on ne prend plus le temps... Eux, ils nous apprennent cela. Et puis, c'est la pureté. Ils n'ont pas fait d'études musicales. Ils n'ont pas fait d'études de la voix, ils n'ont pas fait d'études du pas de danse... Cela vient comme cela... Et là, les Bororos, je trouve que pour l'instant, ils ne sont pas déformés encore. Ils sont nature. »

La programmation des *WoDaaBe* découle tout d'abord d'une connexion par un réseau. Mais si la prestation a été jugée rare et originale selon les critères définis, elle a en définitive été retenue et fondée sur une méconnaissance du groupe et de ses danses, alors confondu avec les Touaregs nettement plus connus en Occident. Ainsi, à l'opposé du discours attendu sur la beauté des danses et des parures *woDaaBe*, ce sont des images associées aux Touaregs, aux hommes bleus, au désert, aux dromadaires qui ont déterminé la venue des Peuls nomades.

– « Si je comprends bien, vous les aviez associés aux Touaregs, c'est ça ? »

– « Pour moi, oui, au départ, c'était ça. Touaregs, hommes bleus... Oui, c'est vrai, Bororos, Niger, Touaregs, gens du désert, c'est pratiquement les seules informations qu'on avait à l'époque. »

Ceci montre combien les représentations qui entourent ces différents groupes ethniques [Amselle, Mbokolo, 1985] forment un arrière-plan global, sans cesse alimenté par les médias, et qui est incontournable tant pour les Occidentaux se rendant en Afrique que pour les programmeurs de festivals. Ces images couramment véhiculées et qui fonctionnent comme un ensemble de cartes postales sont pourtant envisagées comme des « informations » et deviennent des références opérantes, notamment au sein des programmations d'événements culturels.

De façon inévitable, après les premières interventions des *WoDaaBe*, les organisateurs du festival Interfolk semblent avoir été quelque peu surpris par les caractéristiques de ces danses qui ne correspondaient pas à l'idée qu'ils s'en faisaient ou plus précisément à ce qu'ils souhaitaient qu'elles soient. Ils parlèrent alors de leur lenteur et de leur faible déplacement pour des populations « pourtant nomades », ce qui rendait difficiles des prestations comme le défilé dans les rues de la ville. Cependant, les danses des *WoDaaBe* ont également été jugées par les organisateurs selon des traits aussi valorisés que chimériques, à commencer par la « pureté » dont elles feraient preuve. Ils l'expliquent par le fait qu'à leurs yeux, elles n'ont pas fait l'objet de transformations suite à des études musicales et chorégraphiques.

Elles sont par conséquent « nature », pas « stylisées », à l'image des Peuls nomades eux-mêmes qui ne seraient ni « sophistiqués » ni « déformés ». Les *WoDaaBe* deviennent les détenteurs, en même temps qu'ils l'offrent aux regards, d'un « folklore pur », rare et précieux puisqu'il devient un argument contre d'éventuelles critiques : « Et si les communes me disent quelque chose, je leur dirai : « eh bien ! Écoutez, pour une fois que je vous envoie un folklore pur. C'est ma défense. ». La quête d'une pureté et d'une authenticité perdues en Occident se retrouve ici telle qu'elle parcourt souvent notre rapport à l'Afrique [Amselle, 2002] et à ses danses en particulier⁶.

En devenant touristiques et internationales, les danses sont ainsi enchâssées au sein des images qu'elles suscitent dans le regard de l'autre directement présent tant comme organisateur que comme spectateur. C'est pourtant à ces images souvent stéréotypées qu'elles doivent paradoxalement leur programmation, une programmation en contretypage c'est-à-dire selon ce que ces danses ne sont pas en réalité. Il est important d'envisager alors la façon dont les *WoDaaBe* y répondent, considérer leur point de vue sur leur propre prestation au sein du festival ainsi que les processus par lesquels ils ont mis en place ce spectacle.

Une mise en scène par défaut

Pour le festival Interfolk, les seules exigences définies par les organisateurs concernaient le cadre c'est-à-dire le lieu, la durée et le type d'animation. Le reste relevait des *WoDaaBe* comme ceux-ci l'ont confirmé, ou en tout cas d'un autre champ d'interactions. Tous les spectacles présentés par la troupe se déroulaient de façon similaire. Les huit danseurs étaient alignés en arrière-scène et portaient la parure de danse *yaake* selon des préparatifs certes rapides mais qui reprenaient les principaux accessoires nécessaires. Un peul sédentaire était placé devant eux, habillé et maquillé à la manière des *WoDaaBe*. Il a pris la parole et présenté en quelques mots, suivant les explications des Peuls nomades, la première danse qui allait être réalisée (photos 3 et 4). Puis, il s'est retiré sur le côté, laissant la scène aux danseurs. Ce déroulement se répéta pour les différentes danses effectuées par les *WoDaaBe*.

Le premier point à observer concerne la présence de ce « présentateur », Ousmane, que les *WoDaaBe* sont le seul groupe à avoir introduit et pour lequel ils n'étaient pas tous d'accord.

- « Qui a dit que c'était important qu'Ousmane vienne ? »
- Sanda : « C'est l'année passée, Bernadette et Ibi (*boDaaDo* membre de l'ONG). »
- « Pourquoi ont-ils dit que c'était mieux ? »

6. Birgit Akesson, danseuse et chorégraphe suédoise, écrit : « Je ressentais un vide dans notre culture qui me poussait à chercher où ancrer plus profondément la danse. Je choisis l'Afrique sub-saharienne comme terrain de recherche. Je me rendis ainsi sur un continent qui n'a pas eu besoin du mot culture mais bien du mot nature, lequel n'a nul besoin d'être prononcé » [1994, p. 9]. Les thématiques des racines et de la nature sont fréquemment associées aux danses africaines.

- Sanda : « Parce qu’il comprend bien le français. Quand on vient avec lui, il peut parler avec les gens. Nous, on ne parle pas bien, seulement un peu. »
- « Mais pourquoi a-t-il expliqué les danses ? »
- Sanda : « C’est important d’expliquer les danses. Expliquer notre tradition. »
- « Vous avez vu, de tous les groupes, vous êtes les seuls à avoir parlé avant les danses. »
- Sanda : « Oui. Ils sont venus, ont dansé, c’est tout. Mais c’était important d’expliquer. Tu sais, parce qu’on n’a pas de guitare, pas de tam-tam, seulement des chants. Ce sont des danses traditionnelles. C’est important d’expliquer. »

Cet extrait d’entretien éclaire plusieurs aspects. Tout d’abord, certaines dimensions de la prestation découlent de l’interaction entre les *WoDaaBe* et la personne qui a fait les démarches auprès des festivals, ce qui élargit le champ de relations à envisager. Il est nécessaire de prendre en compte les interconnexions entre les programmeurs, les *WoDaaBe* et les différents « conseillers » possibles, ceux-ci ayant conduit à l’introduction d’un nouvel acteur, un Peul qui, sédentaire, doit pourtant présenter la « tradition » des Peuls nomades. Dans l’appréhension du réseau, intervient un autre niveau qui porte sur la pratique même du spectacle et plus seulement sur sa programmation. Mais pour cela, il faut aussi que les *WoDaaBe* y aient été réceptifs. Or, il est apparu à plusieurs reprises qu’ils étaient eux-mêmes en demande de conseils, estimant que leurs danses étaient peu attractives pour un public occidental, car elles ne possédaient pas les atouts que constitue, à leurs yeux, un accompagnement instrumental. En ce sens, elles doivent être expliquées. Et d’autres éléments du spectacle confirment cette perspective de mise en scène en fonction des défauts que les *WoDaaBe* leur attribuent dans ce nouveau contexte.

En effet, plusieurs modalités ont été revues lors du passage sur scène. En plus de la réduction de la durée, la disposition des danseurs a parfois changé. Les danses en cercle et en deux rangs parallèles ont été accomplies en ligne, face au public, ce qui en modifiait les déplacements. Les *WoDaaBe* ont expliqué ces transformations en ces termes :

- Sanda : « C’est pour avoir le public devant. Tu dois danser sans montrer le dos. Le public doit voir les visages, les maquillages. Sinon, ce n’est pas la peine en Europe. »
- « C’est vous qui avez pensé qu’il ne faut pas être de dos ? »
- Sanda : « C’est le centre culturel qui nous l’a dit. On a commencé par faire les danses comme en brousse et ils nous ont dit qu’il ne fallait pas. Que c’est comme ceci, comme cela. Tu sais, les danses de festival sont différentes de celles en brousse. On s’est renseigné au Niger. Ici, en Europe, tu ne peux pas tourner parce qu’il faut garder le public devant. Ici, le public reste au même endroit. Les lignages ne peuvent pas tourner⁷. À Niamey, j’ai été au centre culturel Marouganda avec le groupe, avec Bango... On a dit : « il faut se renseigner et savoir comment il faut danser ». Parce

7. Sanda fait référence à la danse *ruumi* où les jeunes hommes, placés en cercle et séparés par lignages, tournent progressivement vers la droite. Pour le festival, ils étaient face au public et restaient sur place.

qu'en Europe, les gens ne dansent pas comme nous. Ce sont eux qui nous ont montré comment il faut danser. On a appris devant et derrière... »

– « C'est un blanc qui vous l'a dit ? »

– Sanda : « Oui. Un Italien, un vieil Italien. »

Les modifications opérées dans la mise en scène découlent des indications d'un autre « conseiller » situé non plus en Occident mais au Niger. Le réseau en place est finalement multilocal et multiplie les sources de transformations. Il y a une véritable composition chorégraphique qui est le fruit de multiples interactions prenant place dans des espaces et temps différents, avec pour seul intermédiaire entre ces acteurs, le groupe de *WoDaaBe*. Un certain nombre de principes, quelle que soit leur recevabilité, a ainsi été défini, appliqué et même intériorisé par les Peuls nomades qui en présentent un discours relativement construit. Parmi eux, on peut citer l'importance de rester face au public selon une règle de frontalité classique, mais aussi la nécessité de limiter toute répétition et d'introduire une certaine variété. C'est le cas par exemple pour la danse *woylareene* pendant laquelle les danseurs, qui avancent normalement sur une même ligne, ont été divisés en deux groupes se déplaçant alternativement en direction du public. De même, les danses ont été choisies et ordonnées selon la diversité qu'elles instaurent. « Il ne faut pas répéter. Il faut faire des choses différentes... Le centre culturel nous l'a dit, que c'était mieux de couper. » (Sanda).

Par leur propre démarche, les *WoDaaBe* sont également à l'origine de ce champ d'interactions. Ils ont pris conseil auprès de personnes jugées compétentes à leurs yeux, des Européens travaillant au sein d'une organisation culturelle, car ils avaient l'idée préconçue que leurs danses étaient difficiles d'accès pour un public occidental, notamment la *yaake*⁸ :

– Sanda : « La *yaake*..., on ne la fait pas beaucoup ici. On fait la *ruumi*, la *doroori*... »

– Bango (autre danseur) : « Les gens, ils n'aiment pas beaucoup la *yaake* ici, je pense... »

– Sanda : « C'est comme cela qu'on pense. »

– « Pourquoi ? »

– Sanda : « Car la *yaake*, on reste debout. On ne saute pas. »

– Bango : « on ne danse pas. »

– Sanda : « on n'avance pas, on ne recule pas. On reste debout. On ne bouge que les bras. Ça ne bouge pas beaucoup, et en Europe on aime quand ça bouge, quand c'est fort. »

– « Et ça, on vous l'a dit ou c'est vous qui le pensez ? »

– Sanda : « C'est ce qu'on pense entre nous. »

8. Dans la *yaake*, les danseurs reprennent la chorégraphie décrite pour la *geerewol* : tout en chantant, ils soulèvent lentement leurs talons, lèvent leurs bras et réalisent différentes expressions du visage, ceci pendant plusieurs heures.

Le regard de l'autre n'est pas présent ici par les images qu'il véhicule mais dans celles qu'il suscite chez les *WoDaaBe*, dans les idées qu'ils se font de nos goûts et de nos attentes. Il devient une sorte de miroir, même déformant, dans lequel ceux-ci scrutent leurs propres danses. Les transformations opérées ont ainsi pour origine le regard que les *WoDaaBe* portent sur leurs danses à travers le prisme de celui qu'ils posent sur nos sociétés. Certes, de telles modifications relèvent de leur désir de développer ce commerce et de plaire au public occidental. Néanmoins, il s'agit de définir un processus où l'autre fait partie de la représentation dansée non seulement par le regard qu'il porte, mais aussi par les images qu'il engendre et qui sont tout autant influentes et opérantes.

Ces modifications chorégraphiques ont nécessité un véritable apprentissage de la part de la troupe, ce qui confirme le caractère construit du spectacle. Les danseurs d'Aourinde ont répété trois à quatre jours par semaine pendant trois mois environ. À l'opposé de ce que les organisateurs du festival projetaient sur ces danses, un « folklore pur », elles ont fait l'objet de notables transformations et ont exigé un important travail tant en termes de mise en scène que de répétitions. Il ne s'agit pas pour autant de les taxer d'artificialité. Au contraire, les *WoDaaBe* y appliquent des règles qui ne seraient pas identifiables et encore moins critiquées par le public occidental⁹. Ceci rompt avec la dualité authenticité/inauthenticité souvent évoquée et manifeste plutôt les interférences pouvant exister entre les différents contextes de danse, en brousse et sur scène. Au-delà, apparaît l'importance centrale de ces regards croisés, des représentations des Occidentaux sur les *WoDaaBe* et des *WoDaaBe* sur les Occidentaux, dans les prestations réalisées. Les danses développées dans des circuits internationaux constituent le produit d'un incessant jeu d'images, images de soi et images de l'autre, et ne sont par conséquent plus à réinsérer dans une globalité décontextualisée mais dans une multiplicité de situations particulières. Elles se déplacent du local au local, ce qui donne à repenser les oppositions habituelles entre global et local [Appadurai, 2005], intérieur et extérieur [Picard, 1992] et d'envisager l'internationalisation des danses au sein de ses différentes interactions, jeux et enjeux. Car loin de se limiter à une simple représentation dansée, l'enjeu se révèle être tant économique que social et politique.

De l'international au local : politiser la danse

- « Qu'est-ce que tu as le plus aimé dans les danses de festival ? »
- Bango : « De bons contrats. »

L'un des premiers intérêts que les *WoDaaBe* mentionnent dans la participation à des festivals concerne l'apport financier qu'ils peuvent en retirer, d'autant que les Peuls nomades doivent faire face à un ensemble de difficultés économiques et écologiques. Les sécheresses qui frappèrent le Niger de 1968 à 1973 et de 1982 à

9. Par exemple, alors que certains danseurs d'Interfolk ont coupé leurs tresses, coiffure indispensable pour danser en brousse mais qui fait la risée des autres populations nigériennes, ils ont ajouté des postiches sur scène.

1985 ont catalysé des conditions fragiles [Bonfiglioli, 1985-1986, 1988]. Les *WoDaaBe* ont eu à trouver de nouveaux équilibres économiques et d'autres ressources que leurs seuls troupeaux : si certains se sont sédentarisés, ceux qui ont reconstitué un capital animal envoient désormais des jeunes du campement travailler en ville plusieurs mois par an¹⁰. Mais il faut trouver « quoi faire en ville » [Loftsdottir, 2002] quand on est nomade. Les débouchés touristiques et les « ventes » de danses constituent pour les *WoDaaBe* une ressource utile. Les Peuls nomades caractérisent ainsi ce qu'ils appellent *fijBe ostiwal*, « les danses/jeux de festival », par l'expression *Mi keBa goDDum*, « j'obtiens quelque chose ». Les jeunes qui y participent ramènent tout d'abord de ces voyages de l'argent qui revient en partie à l'association afin de faciliter son fonctionnement et pour financer des projets locaux (puits, écoles...). L'autre part leur appartient en propre. Ils font alors vivre leur famille et achètent selon les années des biens comme des zébus, des lopins de terre afin de ne plus louer leur logement aux sédentaires... Cependant, l'apport que les *WoDaaBe* évoquent ne se limite pas à ce cadre, d'autant que les bénéfices peuvent être relatifs et aléatoires¹¹.

Les festivals sont également l'occasion pour eux de rencontrer des Occidentaux qui, à la fois, alimentent leur réseau et les aident pour des projets locaux. Cette stratégie se révèle relativement efficace, à l'image de cette enseignante à la retraite qui a rencontré la troupe Aourinde lors d'un festival en 2005 et vient de partir au Niger pour commencer une initiation au français et à l'écriture, moyen pour les *WoDaaBe* de développer leurs contacts avec les Européens. Les *WoDaaBe* commencent ainsi à mettre en place des programmes de scolarisation et de santé desquels ils étaient largement absents. Dès lors, le sens de circulation habituellement attribué est inversé : ce ne sont pas des Occidentaux qui partent à la recherche des *WoDaaBe* mais des *WoDaaBe* qui sont à la source de la venue d'Occidentaux. De plus, il apparaît que ces représentations dansées à l'étranger produisent des effets locaux sur un plan certes économique mais aussi social et politique.

La composition de la troupe Aourinde est exemplaire sur ce point. Des huit danseurs présents à Interfolk, six sont en fait les cadres dirigeants de l'ONG Aourinde (président, vice-président, trésorier, trésorier adjoint...) ou font partie du « bureau national ». Il faut ajouter que la plupart d'entre eux ne dansent plus en brousse et ne portent d'ailleurs plus les tresses indispensables à cette pratique. Il n'y a finalement que deux personnes présentes pour leurs qualités et qui sont considérées par les *WoDaaBe* comme indispensables pour danser : un chanteur reconnu qui interprète les *solis* et soutient le groupe dans les chants collectifs ; un bon danseur, un *burwoowo*, qui accomplit en avant-scène des démonstrations chorégraphiques produisant un effet entraînant sur les autres danseurs. La troupe Aourinde

10. A. Bonfiglioli estimait en 1985 à 65 % les groupes domestiques *woDaaBe* concernés par ce travail migrant [1985-1986, p. 32].

11. Le tarif officiel du CIOFF est d'environ cinq euros/dollars par jour et par personne. Les *WoDaaBe* demandent à vendre des bijoux aux entractes afin de rentabiliser leurs billets qui ne sont pas toujours pris en charge.

est donc majoritairement composée de dirigeants et non d'excellents danseurs, ce qui présage du caractère éminemment politique de ces spectacles pour les *WoDaaBe*. En effet, ceux-ci expliquent que participer à des festivals permet aussi de faire connaître leur population :

– « Pourquoi voulez-vous danser dans les festivals ? »

– Sanda : « Tu sais, avant en Europe, les gens ne connaissaient pas les danses des *WoDaaBe*. Ils n'ont jamais vu les danses des *WoDaaBe*. Quand on vient danser en Europe, en Amérique, les gens nous connaissent. Sinon, ils ne nous connaissent pas beaucoup. Les gens nous disent : « Ah, tu es touareg ». Ils ne nous connaissent pas. Dans les festivals, ils nous connaissent. C'est pour cela ».

Confrontés à l'incessante confusion avec les Touaregs, les jeunes hommes affirment de façon réitérée lors des festivals leur identité *boDaaDo* en même temps qu'ils participent à l'établissement de leur renommée totalement associée aux danses. Et si cette renommée contribue à son tour à des entrées d'argent, l'affirmation identitaire et la notoriété acquise ne sont pas sans effet au Niger. Alors que les *WoDaaBe* sont plutôt marginalisés et dépréciés par les populations nigériennes¹², leurs danses, valorisées dans et par nos regards, sont devenues une sorte de vitrine culturelle du pays. Les cadres dirigeants des associations venus en Occident ont pris conscience que ces danses pouvaient constituer un moyen de pression et leur procurer un fort pouvoir de revendication, en particulier par rapport aux Touaregs avec lesquels ils ont des contacts aussi constants que conflictuels¹³ et qui détiennent une position nettement plus influente au Niger.

Ainsi, certains *WoDaaBe* qui viennent dans les pays du Nord souhaitent créer des agences de voyage et devenir guides accompagnateurs en se démarquant des guides touaregs. Ces derniers ont en effet monté de nombreuses agences de voyage, se sont professionnalisés dans la fonction de guide et amènent régulièrement des touristes aux rassemblements *WoDaaBe*. « Les agences touarègues s'organisent pour amener des touristes à la *geerewol*. Mais ce ne sont pas les Touaregs qui organisent la *geerewol*. C'est nous-mêmes qui l'organisons. C'est pour cela qu'on veut faire des agences » (Sanda). Les *WoDaaBe* affirment, à mesure de l'arrivée des touristes, leur contrôle sur leurs cérémonies et la création d'agences de voyages *woDaaBe* peut en constituer une étape supplémentaire.

De plus, depuis trois ans maintenant, les Peuls nomades refusent de participer à la cure salée, particulièrement contrôlée par les Touaregs et qui fut intégrée au circuit touristique en 1998. Les *WoDaaBe* expliquent en effet n'en retirer aucun bénéfice alors que les touristes viennent principalement pour voir leurs danses. Ils organisent de ce fait depuis 2004 une « assemblée générale des Peuls Wodaabé

12. Ils sont critiqués pour leur conversion tardive et, dit-on, relative à l'Islam, pour des pratiques sociales jugées condamnables et une origine mythique considérée comme infamante.

13. Les Touaregs nomadisent dans des zones proches des *WoDaaBe*, et ces deux groupes peuvent s'opposer en de graves conflits autour des puits, des zones de parcours et des vols de bétail, allant parfois jusqu'à mort d'hommes.

du Niger » (*Maatungo Gashshungol Doo*)¹⁴ parallèle à la cure salée dans le but d'attirer les touristes à eux.

Dans cette initiative, le rôle des associations et de leurs dirigeants semble avoir été central. À l'origine du projet d'assemblée – même s'ils demandent l'aval et la nécessaire collaboration des *lamiiBe*, chefs administratifs – ils financent en grande partie le rassemblement (250 000 F. CFA par association) tout comme ils l'organisent. Outre qu'ils se répartissent entre associations les rôles de président, vice-président, secrétaire général... de l'assemblée, ils ont établi un dossier qui présente jour par jour le programme, les allocutions des neuf chefs, des présidents des associations *woDaaBe* et des femmes, les diverses réunions ainsi que la répartition des danses, centre d'attraction des touristes. Ils définissent également les tarifs qui seront appliqués aux touristes et aux agences de voyage, allant jusqu'à différencier la prise de photographies et les enregistrements vidéo.

Les *WoDaaBe* commencent à s'organiser autour de la présence touristique afin d'en retirer tous les bénéfices possibles. Certes l'apport financier peut être non négligeable, mais ils l'utilisent également comme moyen de pression et d'authentification : les touristes confirment et certifient, souvent à leur insu, la légitimité de l'acte en cours.

Les Peuls nomades affirment progressivement, par le biais des danses, leur position politique au Niger¹⁵ et leur identité, ce qui s'inscrit dans le prolongement de la venue de quelques *WoDaaBe* en Occident. En plus du fait que ceux-ci soient au centre de tous ces projets, ils affirment et offrent sans cesse aux regards dans les pays du Nord, leur identité et leur tradition ; ils effectuent des danses pour lesquelles ils sont complimentés et recherchés, ressource utile autant que valorisante. De cette expérience, renforcée dans un contexte touristique, naît le sentiment que leurs danses peuvent constituer un atout et une force dans un contexte local. Elles deviennent pour les *WoDaaBe* un véritable outil politique au Niger, un élément de valorisation et une « forme de pouvoir » [Shay, 2002] non seulement pour ce qu'elles mettent en scène mais aussi pour les enjeux touristiques qu'elles représentent.

D'une pratique devenue internationale, se dégage une recomposition locale aux enjeux les plus forts. Ceux-ci se développent sur le plan économique, social et politique, chacun agissant en interaction avec les autres. Après l'intégration du local dans l'international, un processus couramment mentionné, l'international se répercute dans le local, ce qui conduit à envisager les différentes interférences existant au sein des phénomènes de globalisation.

Car la globalisation et la mondialisation n'aboutissent pas forcément à un « métissage culturel » ou à une uniformisation des sociétés, mais à des réaffirmations voire à des durcissements identitaires [Appadurai, 2005]. « C'est en se pensant

14. *Maatungo*, informer, avertir, communiquer ; le *gashshungol* désigne la corde qui assemble les bagages sur un animal de bât, expression aussi utilisée lorsque les lignages affirment leur appartenance aux *WoDaaBe*.

15. Des *WoDaaBe* commencent à se présenter aux élections pour être maire, député..., ce qui implique néanmoins un remaniement intergénérationnel.

ou se réfléchissant dans les autres que l'on conforte le mieux sa propre identité » [Amselle, 2001, p. 9-10]. « Contrairement à ce que pensent les obsédés de la pureté des origines, la médiation est le plus court chemin vers "l'authenticité" » [2001, p. 14], ce que le rapport des *WoDaaBe* à leurs danses montre particulièrement bien. Devenues internationales, prises dans les regards des touristes, des programmeurs, du public des festivals et des *WoDaaBe* sur eux-mêmes, elles sont finalement le lieu où l'identité des Peuls nomades est confortée, validée et renforcée. Elles deviennent un ressort important pour cette société et constituent un rouage essentiel dans la réaffirmation identitaire et la revendication politique actuelle des *WoDaaBe*.

Conclusion : Le tourisme culturel comme articulation entre local et international

Le tourisme culturel, l'écotourisme, ou encore le tourisme alternatif, équitable, le tourisme intégré, communautaire ou d'immersion..., toutes ces appellations illustrent le questionnement qui se pose dans les pays du Nord autour du phénomène touristique en direction des pays du Sud. Loin de se réduire à de simples spectateurs, les touristes sont de véritables protagonistes au sein des sociétés locales. Ils deviennent des acteurs centraux de la stratégie des *WoDaaBe* par l'importance économique et politique qu'ils représentent. Cette question est d'autant plus d'avenir que l'UNESCO lance au Niger un projet intitulé « le Sahara, des cultures et des peuples » qui propose « un développement durable du tourisme au Sahara dans une perspective de lutte contre la pauvreté ». Les actions engagées dans ce cadre, sensibilisation des populations au tourisme, protection et valorisation du patrimoine naturel, archéologique et immatériel comme les danses [UNESCO, 2003], peuvent modifier l'agencement local et intensifier, contrecarrer ou transformer les stratégies en place [Doquet, 2005 ; Picard, 1992]. Or, il est établi dans le cas des *WoDaaBe* que, non seulement les touristes se révèlent être des acteurs locaux, mais qu'ils deviennent un pivot sur le plan international par la mise en place de réseaux (hébergement, recherche de débouchés pour les bijoux et les danses, de financements de projets) et le fort pouvoir d'attraction qu'ils procurent aux danses. Ils ont, à ce double titre, et en interaction avec celles-ci, une place considérable dans les dynamiques et les recompositions politiques et identitaires locales.

Par une étude contextualisée mais qui engage une ethnographie « multi-située » [Appadurai, 2005] et une anthropologie « itinérante » [Amselle, 2001], il est apparu que les danses réalisées sur nos scènes sont le fruit d'un enchevêtrement de réseaux transnationaux tant du point de vue de la programmation que de la conception du spectacle. De multiples protagonistes y participent : des touristes et autres voyageurs venus au Niger ; des festivals et différents « conseillers » situés en Occident et en Afrique ; des *WoDaaBe* et leurs associations. Les danses sont insérées dans une multitude de contextes locaux interconnectés et de réseaux qui peuvent tant fonctionner que dysfonctionner à l'image des différentes rivalités existant entre *WoDaaBe* mais aussi entre Occidentaux. Elles ont, dans les deux cas, des effets locaux indéniables dans les sociétés concernées.

À l'opposé d'une vision normative et réductrice des phénomènes de globalisation et de mondialisation, il est par conséquent essentiel d'envisager toutes leurs connexions et dimensions afin d'en restituer leur complexité : du local à l'international, du local au local, de l'international au local. Il émerge qu'en coulisse de la scène touristique et internationale, viennent se jouer des remaniements et des dynamiques diverses qui ont pour moteurs tant des réseaux globaux que des acteurs locaux.

BIBLIOGRAPHIE

- ADEWOLE F. [2003], « La danse africaine en tant qu'art du spectacle », in C. Rousier (dir.), *Être ensemble (Figures de la communauté en danse depuis le xx^e siècle)*, Pantin, Centre National de la Danse, p. 297-312.
- AMSELLE J.-L., M'BOKOLO E. [1985], *Au cœur de l'ethnie (ethnies, tribalisme et État en Afrique)*, Paris, La Découverte.
- AMSELLE J.-L. [2001], *Branchements (anthropologie de l'universalité des cultures)*, Paris, Flammarion.
- AMSELLE J.-L. [2002], « L'Afrique : un parc à thèmes », *Les Temps Modernes*, n° 620-621, p. 46-60.
- APPADURAI A. [2005 (1996)], *Après le colonialisme (les conséquences culturelles de la globalisation)*, Paris, Payot.
- BALANDIER G. [1985], *Le détour (pouvoir et modernité)*, Paris, Fayard.
- BARTH F. (dir.) [1969], *Ethnic groups and boundaries : the social organisation of culture difference*, London, George Allen et Unwin.
- BONFIGLIOLI MALIKI A. [1985-1986], « Évolution de la propriété animale chez les WoDaaBe du Niger », *Journal des Africanistes*, vol. 55, n° 1/2, p. 29-37.
- BONFIGLIOLI MALIKI A. [1988], *Nomades Peuls*, Paris, L'Harmattan.
- BOUJU J. [1996], « Tradition et identité – La tradition dogon entre traditionalisme rural et néo-traditionalisme urbain », *Enquête*, n° 2, p. 96-117.
- BOVIN M. [2001], *Nomads who cultivate beauty (WoDaaBe dances and visual arts in Niger)*, Uppsala, Sweden, Nordiska Afrikainstitutet.
- DOQUET A. [1999] *Les masques dogon (Ethnologie savante et ethnologie autochtone)*, Paris, Karthala.
- DOQUET A. [2005], « Les festivals de masques en Pays Dogon : des remaniements contemporains de la tradition », in R. Bedaux, J.D. van de Waals, *Regards sur les Dogon du Mali*, Gand, Éditions Snoeck.
- DUPIRE M. [1996 (1962)], *Peuls nomades (Étude descriptive des WoDaaBe du Sahel Nigérien)*, Paris, Karthala.
- DUPIRE M. [1981], « Réflexions sur l'ethnicité peule », *Mémoires de la Société des Africanistes* « Itinérances... en pays peul et ailleurs – Mélanges à la mémoire de P.-F. Lacroix », vol. II, p. 165-181.
- GORE G. [2001], « Present texts, past voices : the formation of contemporary representations of West African dances », *Yearbook for traditional music*, n° 33, p. 29-36.
- LASSIBILLE M. [2004a], *Danses nomades (Mouvements et beauté chez les WoDaaBe du Niger)*, thèse de doctorat de l'EHESS, Paris.

- LASSIBILLE M. [2004b], « “La danse africaine”, une catégorie à déconstruire (Une étude des danses des *WoDaaBe* du Niger) », *Cahiers d'Études Africaines*, septembre, vol. XLIV, n° 3, p. 681-690.
- LENCLUD G. [1987], « La tradition n'est plus ce qu'elle était », *Terrain*, n° 9, p. 110-123
- « Le Sahara, des cultures et des peuples – Vers une stratégie pour un développement durable du tourisme au Sahara dans une perspective de lutte contre la pauvreté », document UNESCO, Paris, juillet 2003.
- LOFTSDOTTIR K. [2002], « Knowing what to do in the city. *WoDaaBe* nomads and migrants workers in Niger », *Anthropology today*, vol. 18, n° 1.
- PICARD M. [1992], *Bali (tourisme culturel et culture touristique)*, Paris, L'harmattan.
- SHAY A. [2002], *Choreographic politics (State folk dance companies, representation and power)*, Middletown, Connecticut, Wesleyan University Press.

Touristes et « non-touristes » dans le monde de l’interculturalité Un regard à partir du patrimoine immatériel¹ *

*Monica Lacarrieu***

Il y a quelques années, un imprimeur local, en Sardaigne, déclara à l’anthropologue Meter Ordematt qu’il conseillait à ses clients qui lui demandaient des affiches pour annoncer leurs fêtes, qu’il valait mieux utiliser le terme local **SAGRA** pour promouvoir leurs célébrations que celui, plus amplement connu, de **FESTA**. De cette façon, ils pourraient être sûrs de ce que les étrangers ne connaîtraient pas leurs célébrations et resteraient éloignés [Boissevain 1996, p. 17 ; voir également Ordematt ; cité in Boissevain, 2005, p. 218. Nous avons mis l’accent sur les termes **SAGRA** et **FESTA**.]

Le récit ethnographique repris par Boissevain illustre les tensions produites autour du tourisme culturel et des « us et abus » du patrimoine immatériel (fêtes, célébrations, rituels), devenu au cours des dernières années une ressource par excellence pour la promotion des communautés locales dans le monde de flux et de réseaux globaux et transnationaux. Mais il rend également compte des « relations dangereuses » qui s’établissent entre touristes et amphitryons, les premiers menant une quête permanente de l’« autre », les seconds oscillant entre la négociation de leur image et la protection de leurs manifestations culturelles vis-à-vis du regard extérieur. Dans le cas de la Sardaigne, les fêtes peuvent contribuer à la création d’une « communauté locale », quoique le vocable même « fête » pose problème : c’est un concept standardisé, reproduit, qui a transcendé les frontières et perdu les caractéristiques de l’« authenticité culturelle » réclamée pour toute expression fortement localisée et tout espace passible d’être conçu en termes de tourisme culturel. C’est-à-dire que c’est un « concept global et globalisé », selon les termes de Geertz [1991, p. 103], un « concept proche de l’expérience » du monde occi-

1. Les réflexions faites dans cet article proviennent de données obtenues dans les projets suivants : « Tourisme Culturel en Amérique latine et en Europe : Recherche, Formation et Développement Régional » (Projet III-0249-A, Commission Européenne – Programme Alfa° Coordinateur Général : J. Tresseras, Coordination à Buenos Aires : Mónica Lacarrieu ; « Culture et Territoire » (projet UBACYT F111), Direction : Mónica Lacarrieu : « Atlas des fêtes, des célébrations et des rituels dans la ville de Buenos Aires », Commission pour la Préservation du Patrimoine Historique Culturel de la ville de Buenos Aires, Gouvernement de la Ville de Buenos Aires.

* Article traduit de l’espagnol par Dominique Guthmann.

** Docteur en anthropologie sociale (UBA). Chercheur au *Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Tecnológicas* (CONICET). Professeur à l’Université de Buenos Aires (UBA).

dental globalisé. Assimilable à l'idée de diversité culturelle en tant qu'« activité totalisante » [Stephen Marglin, 1990, cité in Hannerz, 1996, p. 107], le concept comme le sens donné globalement à la fête, tend également à formuler un principe d'organisation de la dimension festive lié à sa vision occidentale. Il évacue en ce sens les « accords ou autres principes d'organisation de la fête », soulevant une contradiction quant à son rôle essentiel dans la « création de la communauté locale ». La suggestion d'un membre de la société locale d'utiliser un « concept proche de l'expérience » de sa communauté, traduit naturellement par le « sens du lieu » autochtone, mais inintelligible pour ceux qui ignorent les références locales, creuse le principe d'occultation des expressions culturelles locales, tout autant que le travail de « dé-quotidiennisation » [Lins Ribeiro, 1987] effectué par les touristes, mais qu'un séjour éphémère rend peu propice. Le cas évoqué nous renvoie d'une part à la requête de cultures locales typifiées, reconnues par les touristes en quête de patrimoines immatériels, et devant forcément concevoir des réseaux transnationaux d'« hyper-localités ». D'autre part, il renvoie à la modélisation de ces sociétés par la demande de jouissance et de plaisir d'un touriste qui se veut spécialisé et différent.

La croissance des flux touristiques dans les dernières années du vingtième siècle coïncide avec un intérêt inédit envers le patrimoine culturel, et notamment le patrimoine immatériel. La grande quantité de voyageurs-touristes, qui augmente à pas de géant et qui, d'après les prévisions de l'Organisation Mondiale du Tourisme, continuera à augmenter – l'organisme suppose qu'à l'horizon de l'an 2020, l'arrivée de touristes étrangers aux frontières passera à 1 600 millions, dépensant plus de 2 millions de dollars –, n'a cessé d'influencer le champ culturel et les rapports entre les différentes cultures, générant des relations fréquemment inégales et hautement conflictuelles. En ce qui concerne le patrimoine culturel, les conflits potentiels qui peuvent découler de cette nouvelle cohabitation entre tourisme et patrimoine sont généralement éclipsés par certains stéréotypes : parmi eux, celui du tourisme comme facteur de développement économique et source d'emploi pour les cultures réceptrices, comme facteur de respect de la diversité culturelle et de dialogue inter-culturel, comme espace de paix et de cohésion sociale. Des lieux communs qui répondent en bonne mesure à une opinion standardisée, liée à la crainte provoquée en ces temps de globalisation par la menace d'homogénéité culturelle et de disparition des diverses formes de patrimoine. Ainsi, le tourisme et le patrimoine culturel, notamment l'immatériel, sont appréhendés comme des éléments fondamentaux pour la protection de ces identités.

La promotion d'un « **tourisme d'identité** »², un genre de tourisme culturel perçu comme générant la reconnaissance de la diversité et des droits culturels,

2. Il est indubitable que le concept d'identité que nous assumons académiquement renvoie à la vision constructiviste de celui-ci. Les identités sont pensées comme des « processus d'identification historiquement adéquats qui donnent un sens à un groupe social et lui octroient une structure significative pour s'assumer comme unité » [Díaz Cruz, 1993, p. 64]. Cette définition permet de différencier le sens d'« unité », entre « s'assumer et être », ainsi que de reconnaître non seulement l'hétérogénéité implicite, mais encore les différences conflictuelles et les luttes pour le pouvoir inhérentes à celles-ci. Mais, comme nous le verrons, l'identité est aussi un « concept proche de l'expérience » de spécialistes et d'individus sociaux différents, d'où le fait que leur utilisation peut devenir instrumentale, et dans ce sens, être conçue en termes d'essentialistes. D'ailleurs, fréquemment, la rhétorique élaborée par les organismes internationaux renvoie à cette dernière manière de penser l'identité.

étroitement articulé avec le patrimoine immatériel, et envisagé comme un espace privilégié pour penser les identités, constitue l'espoir d'une conciliation entre le tourisme et la culture³, et celui d'un tourisme de réflexion propre aux voyageurs curieux et inquiets des savoirs et des traditions des « cultures vivantes ». Dans cette perspective, le lien entre le tourisme et le patrimoine se présente dénué de tout conflit. C'est une conception concédant au tourisme un rôle romantique, alors qu'il est par ailleurs perçu comme un facteur de commercialisation des cultures.

L'objectif de cet article est d'analyser le rapport entre le tourisme culturel et le patrimoine immatériel⁴ – en accord avec l'appellation utilisée par l'UNESCO –, et les changements, ré-interprétations, fixations et stratégies résultant de l'interaction entre acteurs locaux et touristes. Ceci partant de l'idée que le patrimoine immatériel, en donnant accès aux représentations et aux pratiques culturelles des sujets, en mettant en jeu des visions du monde souvent distantes, parfois proches, constitue un excellent support pour réfléchir à ces articulations. À partir d'une approche dialogique et constructiviste, c'est-à-dire travaillant de façon critique les « lieux communs » et le discours négatif qui prévaut, il nous importe d'aborder les rapports complexes unissant tourisme et patrimoine, et touristes et amphitryons, ainsi que les processus selon lesquels ces rapports se tendent, en même temps qu'ils s'alimentent à rebours.

Cette analyse sera poursuivie sur la base de « cas » empiriques en Argentine et des données issues de nos travaux ethnographiques menés dans la ville de Buenos Aires, capitale du pays.

3. En lien avec le concept d'identité, nous assumons celui de culture dans son acception constructiviste. Pour rendre compte de celle-ci, nous reprendrons la définition que nous donne synthétiquement Néstor García Canclini [2004, p. 34] : « ... la culture embrasse l'ensemble des processus sociaux de signification, ou d'une façon plus complexe, la culture embrasse l'ensemble de processus sociaux de production, de circulation et de consommation de la signification dans la vie sociale ». Cependant, et dans plusieurs des exemples cités dans notre analyse, la culture est parfois conçue et manipulée par les individus concernés (locaux, touristes, migrants, etc.) dans son acception « classique », c'est-à-dire sens à partir du sens essentialiste du terme.

4. La notion de patrimoine immatériel a été instituée par l'Unesco afin de compléter le concept de patrimoine culturel qui a prévalu à l'époque de la conformation des nations, mais également en syntonie avec la revalorisation que l'organisme même a renforcé, en ce qui concerne la diversité culturelle. Malgré une série de critiques formulées envers la dichotomie matériel – immatériel que nous avons exposées dans divers textes, nous reprenons la notion dans le but de rendre compte des expressions associés à d'autres époques à la « culture populaire ». Bien que la notion de patrimoine fasse appel à l'institutionnalisation des biens et des expressions, nous partons de l'idée qu'il y a différents degrés d'institutionnalisation et que les processus qui y sont associés sont autant le produit de l'État que de différents groupes sociaux. Donc – sans rentrer dans des détails qui seraient nécessaires dans un article sur le patrimoine immatériel – nous utiliserons indistinctement la notion mentionnée et les mots « biens et expressions culturels ». Finalement, pour synthétiser, nous adopterons la définition suivante, que nous avons élaborée pour d'autres textes : « Le patrimoine culturel immatériel comprend toutes ces expressions culturelles appropriées parce que significatives pour les divers acteurs sociaux, "natifs" de ou immigrants de la communauté/localité en question. Les manifestations immatérielles, avec la continuité historique, la vigueur et le sens du présent, les manifestations immatérielles sont le résultat de différentes influences intérieures et extérieures, locales et globales, importées et exportables, qui façonnent le patrimoine immatériel » (ré-élaboration de la définition que nous avons construite pour rendre compte du patrimoine immatériel urbain) [Mónica Lacarriou, 2005].

Au-delà des flux touristiques et des réseaux de tourisme culturel... flux de migrants et de « natifs », réseaux et flux d'inter-culturalité

Pour parler de flux touristiques, nous considérons qu'il faut partir de l'« espace de flux » [Castells, 1995] ou des flux culturels globaux, à partir desquels Appadurai [2001, p. 46] a défini cinq étendues ou « *scape* ». D'après Hannerz [1996, p. 207], l'organisation culturelle des sociétés « implique des rapports locaux autant que transnationaux », qui stimulent la normalisation de certaines catégories sociales qui leur sont étroitement liées. Ainsi, du fait de leur fréquente et rapide mobilité, les touristes constituent l'une des catégories qui participent le plus activement des flux transnationaux. Comme l'a exposé Yves Michaud lors de la réunion professionnelle « Nouvelles Politiques pour le Tourisme Culturel »⁵, sur 1 000 millions de déplacements internationaux ayant lieu actuellement, 800 sont des déplacements de touristes. Dans ces chiffres, le spécialiste identifie le tourisme culturel comme l'un des types à plus forte croissance – quoique dans le contexte instable d'une scène dont le phénomène migratoire est également protagoniste et générateur de conflits. En ce sens, l'accroissement du nombre de personnes qui circulent comme touristes est, sans doute, ce qui contribue le plus à la promotion de passés et de patrimoines uniques et singuliers, souvent consommés massivement en tant que « patrimoines commercialisables ».

Les flux et la mobilité des touristes ne se constituent néanmoins pas indépendamment d'autres types de circulations transnationales produisant des flux d'un autre genre, en articulation avec ceux des touristes. Il faudrait donc ajouter les flux de migrants qui, comme l'a signalé Garcia Canclini lors de l'inauguration de la réunion mentionnée, arrivent souvent comme des « touristes déguisés » ou bien des « faux touristes » (d'après Michaud), pour se convertir en migrants illégaux, puis en main-d'œuvre de basse qualification, qui plus est en « pourvoyeurs de contenus », donc en producteurs culturels et même en gestionnaires de l'adaptation de leur propre culture aux intérêts des visiteurs. Finalement, les « natifs et/ou autochtones », à mobilité fluide, promeuvent et distribuent globalement une image d'« eux-mêmes » à travers les produits de leurs « cultures vivantes ». Cette perspective permet d'éclairer l'idée d'une rencontre entre cultures supposées différentes, où le touriste entre « en contact » avec l'amphitryon « in situ » dans le contexte-tendant de la « bourgade » communautaire et touristique. Le tourisme culturel a été observé à partir du rapport qui s'établit entre le touriste et l'amphitryon, méconnaissant tous les autres acteurs (y compris l'amphitryon dédoublé en d'autres) qui ont un rôle d'importance. Il contribue donc à la création de « communautés touristiques » qui dépassent le cadre co-produit par le touriste « visiteur » et l'individu « résident » : elles s'étendent dans la circulation et les mouvements de multiples acteurs constitutifs de ces communautés, au-delà de l'« être là », en deçà de l'« arriver là », mais plutôt dans les intersections fluides d'« ici », de « là-bas », de l'« être et arriver ». Dans cette ligne de pensée, nous reprenons à grands traits le concept de « communauté touristique » qu'élabore Azevedo Grunewald [2003, p. 156]

5. Cette réunion a eu lieu à La Pradera, Barcelone, Espagne, du 26 au 28 Mai 2005.

à propos du « tourisme ethnique » : « Je considère, donc, que les membres des communautés peuvent être insérés dans différentes activités touristiques, formant, avec d'autres membres de la communauté autant que d'autres qui ne le sont pas, des communautés touristiques qui existent concrètement et dont les frontières peuvent être aussi et plus amples que celles de l'arène touristique dans laquelle se déroule l'expérience touristique ainsi que celle de la communauté ethnique ».

C'est en ce sens que les flux touristiques et leur rapport aux « patrimoines immatériels » doivent être analysés en lien avec d'autres flux, autrement dit dans l'interaction et les échanges produits entre les différentes catégories d'acteurs du monde contemporain transnational. Il s'avère ainsi nécessaire d'étudier les rapports contradictoires qui se nouent entre ces flux et leur impact sur les patrimoines, qu'ils soient territorialisés, fixés à leur territorialité, ou déterritorialisés, recréés dans les bagages de voyageurs migrants ou d'individus locaux parvenant à reproduire globalement une image de leur culture commercialisable. Dans cette somme de flux et de patrimoines déterritorialisés, réinventés, qui fixent des territorialités globales et imaginées bien loin des communautés « in situ », nous devons considérer le monde recréé par les opérateurs touristiques. Leur commercialisation des cultures, au moyen des brochures destinées à la consommation de touristes avides d'expériences, se construit également dans la trans-nationalisation de stéréotypes.

Non seulement on a peu réfléchi le lien puissant et actualisé qui s'est noué entre le tourisme culturel et le patrimoine immatériel, mais qui plus est, l'influence des flux, non seulement touristiques, sur les expressions culturelles (leur dynamique, leur gestion, les mécanismes de résolution des conflits) a été négligée. Le débat s'est plutôt orienté sur la base de certaines simplifications, à partir desquelles on a relié de façon harmonieuse⁶ le tourisme et le patrimoine, délaissant le rôle des échanges entre touristes et amphitryons. Ces réductions induisent plusieurs postulats. Tout d'abord, celui d'une interaction dynamique entre le patrimoine culturel, le tourisme et le développement soutenu (un prétendu développement social productif et une croissance économique au sein de localités spécifiquement choisies pour leurs conditions de vie détériorées et leur potentiel en matière d'« industries de la créativité » [Goutier, 2002, p. 48]). Ensuite, le tourisme, perçu comme une force positive pour la conservation de la nature et de la culture – envisagée de cette façon dans la Charte internationale sur le tourisme culturel –, jouerait un rôle important dans le caractère durable du développement local. On estime parallèlement que ses éventuels effets de désintégration des cultures locales – conséquence de la pression démesurée qu'il exerce – pourraient être corrigés moyennant des expériences d'échanges entre touristes et communautés réceptrices et au travers de la participation directe et de la gestion responsable des patrimoines par les amphitryons. On espère finalement obtenir une industrie du

6. L'idée selon laquelle le tourisme engendre une harmonie culturelle est le premier axiome que signale Robinson [1999, p. 22]. L'auteur met en valeur ce pré-concept comme l'un des principaux postulats que consacre l'OMT au tourisme culturel et qui dérive de la tradition romantique des voyages du XVIII^e et XIX^e siècles. Une vision qui exagère le rôle du tourisme en tant que facteur de cohésion et de paix mondiale, et omet la quantité de conflits culturels qui procèdent de celui-ci.

tourisme soutenue, basée sur l'engagement et la coopération des représentants locaux, des politiques, des gestionnaires et des opérateurs touristiques.

Le problème est que le rapport entre tourisme culturel et patrimoine immatériel ne s'avère pas si simple, et qu'il est le produit, déjà mentionné, de beaucoup plus d'acteurs composant le secteur du tourisme. Les biens et les expressions immatérielles trouvent une place controversée dans le contexte des flux, et en ce sens, les incertitudes sur le sujet dépassent les certitudes. Nombreux sont les enjeux, dans la mesure où cette optique à parti pris laisse de côté certains aspects importants. Tout d'abord, en amont de la matérialisation des flux touristiques, se développe un mouvement d'importation et d'exportation d'imaginaires globaux, c'est-à-dire de flux d'imaginaires circulant à double sens entre différents territoires et cultures, cherchant à s'identifier, fixant des « marques stéréotypées » et voyageant avant même les dits touristes. D'autre part, quoique la nouvelle place acquise par le patrimoine immatériel l'ait constitué en ressource pour penser, promouvoir, consommer et même gérer la diversité culturelle, un contexte de relégation du rôle de la culture politique préside à l'intersection du rapport tourisme-patrimoine. Dans ces conditions, le décor complexe qui articule en général le secteur relié au marché et aux loisirs avec celui de la culture et de la politique devient secondaire. Au sein de ce panorama, la nécessité de repenser le tourisme culturel en tant que « **tourisme interculturel** » – définition ainsi établie par Garcia Canclini lors de cette réunion – est rendue évidente, quoique dans ces pages, nous ajouterions **tourisme dans des espaces et des temps de conflits interculturels**. On ne peut imaginer ces conflits dissociés de la normalisation de lieux comme « références culturelles » pour le développement du tourisme.

Ces données nous amènent à réfléchir sur les tensions qui se produisent entre la dynamique globale et les pratiques locales qui lui sont associées, lorsque le développement du tourisme culturel nécessite l'identification de lieux et de cultures de référence, dans lesquels les expressions culturelles immatérielles occupent une place primordiale. Il nous faut en ce sens commenter la notion même de patrimoine immatériel établie principalement par l'UNESCO et trans-nationalisée – du moins dans le monde occidental. Cette digression prend du sens dans la mesure où cette notion est étroitement liée à l'essor du tourisme culturel : le concept englobant les expressions culturelles immatérielles, bien qu'il s'appuie sur la diversité culturelle en qu'« activité totalisante », nie – en même temps et pratiquement dans son essence même – tout type de manifestation culturelle s'étant déterritorialisée, ayant voyagé au-delà de son propre lieu d'origine, ayant franchi les frontières, s'étant même urbanisée – ceci malgré le cosmopolitisme exprimé par les villes. D'un côté, les organismes internationaux – et de concert avec eux les gouvernements, relèguent la place du patrimoine immatériel dans des lieux lointains et confinés, considérant ses expressions comme menacées d'extinction face à l'homogénéisation culturelle. Il suffit d'observer les déclarations relatives au patrimoine immatériel de l'humanité, qui nient les déplacements, les changements, l'urbain et le cosmopolite, en somme, le phénomène même de flux et de réseaux transnationaux caractéristiques du monde global. D'un autre côté, et de façon contradictoire, le tourisme a

revalorisé des expressions qui incluent des « produits » se redéfinissant et se réajustant suivant les changements survenus dans et hors de la communauté d'origine, ainsi que les déplacements et délocalisations de migrants et de voyageurs qui les portent avec eux et les réadaptent dans leurs nouveaux lieux d'installation. En effet, ce sont les organismes et les gouvernements mêmes qui s'unissent aux opérateurs touristiques pour favoriser la « vente » de différents sites et des expressions qui, même dépouillées de leur sens « originaire », sont censées les identifier. Ce second aspect, qui englobe les changements du patrimoine immatériel, est plus proche de la réalité actuelle que le premier : ainsi que le souligne Boissevain [op. cit.], c'est l'incertitude locale, due aux changements liés à la dynamique des flux commentés, qui favorise la récupération, ainsi que la réinvention ou l'adéquation et/ou l'appropriation d'expressions culturelles éloignées de la communauté réceptrice (d'après l'auteur, les expressions culturelles favorisent l'adaptation des arrivants aux nouveaux espaces, de même que les résidents acceptent ce qu'ils jugeaient menaçant). Par exemple, tel que nous avons pu l'observer à Buenos Aires, tant le Nouvel An Chinois que la fête de Saint Patrice – fêtes et rituels amplement globalisés, puisqu'ils ont lieu tout au long de villes et d'endroits transnationaux – contribuent au repositionnement des images et des pratiques de ceux qui se sont déplacés de leurs endroits d'origine, mais aident parallèlement les natifs à accepter – moyennant l'appropriation de certaines célébrations – ce qui s'impose comme une transformation de l'apparente quiétude de leurs modes de vie. Dans le cas du Nouvel An Chinois à Buenos Aires, il est significatif qu'il conditionne les stigmates régulièrement présentés par ceux qui s'assument en tant qu'« orientaux », ou de façon générique « chinois et coréens », au-delà de la nation dont ils proviennent. La fête du Nouvel An chinois est un cas fort intéressant et paradigmatique de ce que nous avons signalé jusqu'ici. D'un côté, en tant que patrimoine décentralisé, celui-ci est largement célébré et accepté dans la transnationalité, alors que cette festivité est en voie de disparition dans son lieu d'origine et dans les communautés chinoises de Chine⁷. Cette fête, de nos jours résultat de multiples transformations propres au monde occidental plutôt qu'oriental, se voit ré-appropriée à partir du départ vers de nouveaux lieux de milliers de chinois qui, sujets à une « mémoire de la perte », construisent une nouvelle « archive » de la circulation, produit de ce qui s'est perdu entre le lieu d'origine et le nouveau lieu, entre la mémoire du lieu d'origine et la contrainte des stéréotypes avec lesquels la société réceptrice accueille l'immigrant [Appadurai, 2005]. D'un autre côté, la fixation de la fête comme un patrimoine territorialisé contribue à la création non seulement de la communauté chinoise, mais encore d'une « communauté touristique » qui ne comprend qu'un segment de la communauté chinoise – celui qui désire atteindre une reconnaissance dans la manifestation culturelle – ou qui se juxtapose à cette communauté dans un même

7. Une campagne récente organisée par le Gouvernement chinois tente de récupérer les fêtes et les festivités traditionnelles. En effet, malgré le succès croissant de certaines d'entre elles dans le monde global, tels que le Nouvel An chinois, la population locale cesse progressivement de les organiser et d'y participer, en raison, paradoxalement, de l'« occidentalisation » de la société chinoise, qui utilise de plus en plus le calendrier solaire au lieu du calendrier lunaire d'après lequel s'organisaient ces expressions culturelles.

espace social et territorial, et incorpore d'autres acteurs (individus locaux non chinois, touristes, etc.) qui, en complicité, appuient la construction de la « communauté touristique » au-delà de l'expérience touristique conjoncturelle – dénommée par Azevedo Grunewald, « arène touristique » [*op. cit.*, p. 156].

La valorisation actuelle des fêtes, des célébrations, des rituels, des légendes, entre autres pratiques culturelles, oriente le sens de certains lieux et de la vie de leurs résidents vers un engagement démesuré dans la réalisation d'événements destinés au tourisme. En fait, il ne s'agit pas seulement de l'importance acquise par « ce que font les personnes », mais plutôt de la manière dont ces attractions se transforment en marchandises qui, touristiquement consommables, peuvent pousser la société réceptrice vers une croissance économique, en même temps que vers l'entrée « par la porte de service dans le processus de globalisation » [Santana, 2003, p. 41-42]. C'est ce qui, dans le langage académique, est associé au « travail des natifs », visant à « éviter le travail quotidien dans des usines ou des fermes par le biais de l'institutionnalisation de performances de primitifs pour les Autres » [Mac Canell, 1992, p. 19, cité in Azevedo Grunewald, *op. cit.*]. Pourtant, ce qui s'annonce comme une nécessité festive locale à être partagée avec quelques visiteurs curieux et inquiets du patrimoine culturel, peut induire un autre genre de besoin : l'instauration urgente de plans de gestion et/ou d'action alternatifs formulés et exécutés par des gouvernements, des organismes et/ou des communautés afin de ne pas « mourir de succès » ou plutôt d'éviter un « suicide collectif face à un tel succès ». Les communautés ne constituent pas toutes des ressources disponibles pour le touriste, puisque, comme nous le verrons, les attractions associées au patrimoine immatériel peuvent également être l'objet de revendications, ou bien se convertir en mécanismes de résistance dès que les individus locaux perçoivent le touriste comme une menace pour leur production culturelle, mais aussi pour « la production et la reproduction économique et culturelle du groupe » [Santana, *op. cit.*, p. 41].

Le rapport chaque fois plus étroit entre le tourisme culturel et le patrimoine immatériel préfigure un monde global nécessaire, ouvert à une infinité de différences locales : c'est-à-dire, un genre de tourisme qui se déplace entre l'« hyper-localité » globalisée et l'« hyper-localité » particularisée [Arantes, 2004, p. 8]. C'est à partir de ce scénario que l'on déduit que les expressions culturelles doivent se faire « in situ », c'est-à-dire dans la localité où elles ont pris naissance, se développent et se célèbrent. Pourtant, quoique ceci semble une contradiction en soi, ces expressions n'acquièrent de l'importance que lorsqu'elles sont insérées, traversées et promues dans le circuit international – c'est cet aspect qui renforce une vision optimiste du lien explicité : sa mise en scène dans le monde global favorise l'estime de soi des cultures locales diffusées, en même temps que s'accroît l'arrivée de touristes, et à partir de ceci l'importance des devises et la quantité d'emplois locaux.

La construction de communautés « hyper-locales » s'est constituée en condition indispensable pour la découverte et l'« invention » de cultures et de lieux attrayants, produits, reproduits et circulant globalement. C'est-à-dire que le développement contemporain du tourisme – bien que dans ce cas il s'agisse d'un

tourisme réflexif, apparemment qualifié et pas nécessairement massif – ajouté à l'accroissement des flux, provoque une quête de lieux et de cultures emblématiquement distincts. Espaces et natifs que le touriste veut voir dans leur « pureté », une propriété inhérente à la « communauté primordiale », mais qui une fois mis « en exposition » et en présence des touristes, finissent par produire non seulement des patrimoines territorialisés, mais également des « tourees » (natifs qui, en interaction avec le touriste, modifient leurs comportements et leurs pratiques) [Azevedo Grunewald, *op. cit.*]. Ces patrimoines et « natifs performants » originaires de la communauté sont plongés dans un processus de conversion qui les situe dans des espaces d'intersection, c'est-à-dire n'étant ni d'ici ni de là-bas, mais pouvant se situer dans des « inter-lieux » [Garcia Canclini, 2004, p. 45] ou de ceux que j'ai dénommés des « entre-lieux ». Le patrimoine immatériel, ainsi que les communautés attrayantes pour le tourisme, finissent par être pénétrés par et dans plusieurs lieux, simultanément constitués de façon hyper-localisée.

C'est cette condition de « supra-localité » [Arantes, *op. cit.*], qui affecte particulièrement les groupes sociaux qui « jouissent » de celle-ci, en faisant des « objets » exotiques, pris entre la conversion en « complices » d'un tourisme avide de « plumes ataviques » [Yudice, 2001a] et le récemment dénommé « *reality tourism* ». Malgré le nombre grandissant de visiteurs que certains spécialistes placent dans le « tourisme intelligent », demandeurs de cultures, d'événements et de produits « exotisables », propres à l'hyper-localité, l'effet touristique génère paradoxalement un tourisme de masse en quête d'activités et de services homogénéisés. Le patrimoine immatériel finit ainsi par être écartelé entre ce touriste particularisé et le tourisme standardisé. Le premier type est profondément associé à la mise en valeur de la diversité culturelle. Pourtant, cette valorisation étant fortement globalisée, du second genre de tourisme résulte non seulement un profil de touriste passif aspirant aux « mêmes choses » et voyageant « empaqueté », mais aussi la nécessité de multiplier les patrimoines culturels qui, afin d'être constitués en clef touristique homogène, finissent par se reproduire aux quatre coins du globe. Par exemple, la célébration de la même fête dans des endroits différents – donc dénaturée mais facilement digérable –, tel que le Nouvel An chinois déjà commenté.

La culture « mapuche'argentine constitue une illustration intéressante de ces questions, mais se présente surtout comme un exemple à partir duquel il est possible d'explicitier la contradiction entre la construction d'une « culture en exposition » – le touree – et la résistance à se convertir à ce genre de culture standardisée dans leur exotisme. Un secteur des Mapuches du sud de l'Argentine – plus précisément ceux de la zone de San Martin de los Andes – a obtenu il y a quelques années un financement international pour développer la « stratégie mapuche de tourisme ». Pourtant, cette stratégie n'a pas été clairement interprétée par les techniciens internationaux, pas plus que par les fonctionnaires argentins. Lorsque, courant 2001, les consultants, accompagnés des fonctionnaires du tourisme national, se rendirent sur place pour l'évaluation du projet, ils se sont trouvés face à une reproduction de « campings rustiques » visant généralement un public de jeunes campeurs. Ce panorama déconcerta les visiteurs, qui aussitôt posèrent la

question : « **et où est la culture mapuche dans ces campings ?** » ce à quoi un mapuche répondit : « **Qu'est-ce qu'on peut y faire... qu'est-ce que vous attendiez ? que nous vous recevions avec des lances ? Avec des plumes ? Nous verrons ça quand nous aurons les campings...** » Et ils ajoutèrent : « **les touristes viennent et eux aussi nous demandent qui et où sont les indiens, ce à quoi nous leur répondons, regardez-nous ! C'est nous, les indiens (ceci en montrant leurs propres corps, vêtus à l'occidentale), que voulez-vous que nous portions, des plumes ? C'est nous qui allons décider jusqu'où nous « mapucheriser »** »⁸. Les plumes, les pagnes et les lances réclamés, quoique propriétés culturelles « exotisables », finiraient par reproduire un profil indigène idéalisé et typifié, diffusé et promu touristiquement, auquel il faudrait ajouter la mise en scène de quelque célébration ou coutume mapuche pour compléter sa caractéristique performative distinctive. Les Mapuches renient cette condition d'« Autres enfermés » dans des décors touristiques culturels.

Ainsi, ce sont eux-mêmes qui durant la représentation du Nguillatún, « autorisent » la proximité de visiteurs (autorités, touristes, etc.) sans que ceux-ci y participent pleinement, se limitant à regarder et écouter à une distance prudente. Tel que le signale Boissevain [2005, p. 221], les Mapuches cachent le rituel, ou le laissent voir jusqu'à un certain point, créant des stratégies afin d'éclairer, mais seulement dans le flou, la « région frontale » ou la façade de la représentation, sauvegardant la « région arrière » ou privée, de celle-ci. Les Mapuches construisent le Nguillatún dans le dilemme de son exhibition ou de son occultation. Il a été utilisé de façon instrumentale en tant que signe de revendication culturelle face aux réclamations de terres (par exemple, lors de la campagne contre Benetton). Il est probable que si l'UNESCO – déclaration qui fut et continue d'être controversée par les mapuches chiliens – l'avait déclaré en tant que patrimoine immatériel, le Nguillatún aurait été inclus dans des circuits touristiques. La communauté mapuche négocie son patrimoine immatériel dans des situations de conflit politique, résistant à sa conversion en « produit touristique » et n'octroyant au visiteur qu'un regard oblique sur celui-ci, à partir duquel se configurent des « styles d'interaction » propres à cette ambiguïté entre le visible et l'invisible. Le nguillatún est assumé comme fonctionnel pour sa propre culture, et doit nécessairement être protégé de l'hyper-localisation touristique et globale dans laquelle il viendrait à s'insérer s'il se convertissait en produit culturel. Dans ce sens, la communauté indigène décide et sélectionne ce qui, de son territoire et de ses expressions, sera hyper-localisé et jusqu'où, mais également quelles manifestations culturelles peuvent circuler de façon transnationale.

Une deuxième illustration est constituée, en opposition, par le cas de la Pachamama où une offrande à la Mère Terre se fête le 1^{er} Août de chaque année – l'offrande à la terre étant une pratique culturelle récurrente dans le Nord-Ouest argentin. Cette célébration montre le développement « exotique » d'un paysage naturel et culturel qui, à partir de la Déclaration de la *Quebrada de Humahuaca*

8. Je remercie Oscar Grillo pour ces commentaires.

(dans la province de Jujuy), s'est converti en Paysage culturel de l'Humanité. Jusqu'à il y a quelques années, la Pachamama constituait un culte qui restait pratiquement privé car regardé seulement par ceux qui possédaient les savoirs et les pratiques traditionnels. On peut dire que de nos jours, elle s'est « globalisée » par la conversion de différentes versions de la Pacha et de son culte en « produits culturels », « vendus » comme un service standard de plus parmi ceux que tout visiteur du Nord argentin espère trouver. Ainsi, d'un côté, la Pachamama contribue à la création de sites de référence pour le tourisme, mais en même temps, elle subit des déviations et des distorsions quant à la manière dont elle est célébrée en tant qu'« objet » de consommation pour des touristes avides recherchant « une Pacha ». Les pressions exercées par le tourisme même, une fois que le marché a décidé de « vendre » la Quebrada et les alentours du Nord-Ouest, obligent les communautés à exhiber des cultures – le paysage naturel, archéologique et historique, ne suffit plus –, extrayant du milieu des natifs des cérémonies comme celle mentionnée et quelques fêtes, comme le « Toreo de la Vincha » de Casabindo, Jujuy. Ainsi, on « globalise » une série de versions individuelles de la Pachamama qui ont lieu dans différents endroits de la zone. Par exemple les touristes qui prennent le « Train aux Nuages », lorsqu'ils arrivent à l'arrêt de San Antonio de los Cobres, trouvent non seulement les habitants du lieu vendant leurs produits artisanaux, mais surtout des « natifs » qui mettent à exécution la célébration du culte à la Mère Terre, au bord même de la voie ferrée. Le culte est une manifestation qui vise à communiquer – au-delà du langage de la parole – à l'occasion d'une rencontre très brève mais directe, l'expérience sensorielle de l'offrande à la mère Terre [Londres, 2004]. Pourtant, il s'agit d'une expression de plus qui contribue à l'homogénéisation d'une vision déterminée du monde andin pour toute la zone – dénaturée par rapport au culte, mais également par rapport à l'histoire même – supposée répondre aux attentes de touristes qui descendent du Pérou et de la Bolivie avec une optique préconçue, inventée par rapport à la « route régionale andine » ou au dénommé « Chemin de l'Inca », encore en construction. Le culte à la Pachamama répond « aux attentes, aux motivations, aux stéréotypes portés par chaque individu – touriste potentiel – pourvoyeur de contenu et de sens pour ces attractions/produits culturels » [Santana, *op. cit.*, p. 47].

L'importance prise par l'hyper-localité dans la normalisation du tourisme culturel et dans son rapport avec le patrimoine immatériel, vient de la reconnaissance de plus en plus prononcée de la diversité culturelle. Pourtant, la diversité acquiert une valeur démesurée, fréquemment associée à la création et recréation de « cultures exotiques ». Relier tourisme et exotisme implique de participer à des événements dans lesquels se produit la « réification » de sujets et de rapports sociaux, hors du contexte dans lequel les savoirs, les pratiques et les expressions culturels réalisés prennent du sens, qui se voient également déplacés du contexte du système économique, socio-politique de chaque localité et chaque culture exposées au visiteur. L'attrait exotique du patrimoine immatériel a des conséquences sur les « arrangements de convenance » internes à chaque communauté localisée, car il a tendance à les évincer pour y superposer un nouveau principe d'organisation de la différence, fonction des attentes touristiques. Mais ceci affecte le rôle de ces

expressions au niveau des citoyens locaux, mettant l'accent sur l'aspect ludique et les expériences de la « culture vivante », cachant la culture politique de ces sociétés.

Ceux qui se définissent de nos jours par leur origine ethnique, quelques groupes indigènes, mais aussi quelques communautés comme la communauté bolivienne de la ville de Buenos Aires, acceptent l'étiquetage d'« indien permis » [Hale ; 2004] ou de « bolivien autorisé », et s'efforcent de « se faire natif pour les touristes » [Azevedo Grunewald, *op. cit.*, p. 147]. La rencontre entre le « natif » et le touriste se voit ainsi instaurée à partir d'une certaine barrière culturelle qui les sépare, la même éclairant le conflit entre celui qui « fait le travail d'indien et/ou de bolivien » et le touriste plongé dans une activité de loisirs et de plaisir. Le « bolivien permis » à Buenos Aires est un « natif » relégué au domaine de la vie quotidienne, devenu exotique dans l'ambiance festive, constitué entre la « périphérisation » de sa condition ethnique peu valorisée au sein d'une société « blanche » et la centralité du consensus : celui obtenu par la reproduction et la réinvention transnationale de ses fêtes admettant la présence du visiteur local, mais qui, cependant, ne suffisent pas à provoquer l'intérêt du touriste étranger.

L'authenticité et la participation sociale : valeurs qui interviennent dans la tension entre le touriste et l'amphitryon

Le tourisme peut transformer les cultures et leurs patrimoines en de simples biens de consommation, courant un sérieux risque de banalisation. Quand la fête ou une cérémonie déterminée ne s'explique que comme une « industrie des loisirs » ou comme une « expérience agréable » passible de se convertir en objet de consommation destiné à des multitudes de visiteurs, il ne semble pas y avoir de raison pour que la fête soit comprise et interprétée en fonction du sens qu'elle a pour la communauté visitée. En contraste, « l'hypothèse du contact » [Reisinger, 1994] stipule que la rencontre entre différentes cultures, du moins dans le circuit touristique, peut préparer le terrain pour la compréhension et cette façon, minimiser les risques de préjugés, de conflits, et de tensions, favorisant l'échange dans un contexte d'égalité de conditions [Santana, *op. cit.*, p. 49].

Cependant, la demande de culture et d'expressions esthétisées ne paraît pas diminuer les tensions, mais surtout, ne semble pas mettre sur un pied d'égalité la condition de touriste et celle d'amphitryon quand celui-ci, comme nous l'avons vu, « travaille » avec ses savoirs, avec ses pratiques, voire même avec son corps. Les sociétés qui se construisent comme des « hyper-localités », c'est-à-dire traversées par le tourisme, sont réinventées dans l'ambiguïté entre la visibilité/esthétique et l'invisibilité/éthique, reconstruction toujours oscillante par rapport au regard touristique.

La demande d'exotisme s'enracine dans les attentes de touristes désirant profiter d'événements originaux et il est clair que cet aspect est étroitement lié à l'indispensable visibilité esthétisée du patrimoine immatériel. Un « embellissement » qui doit répondre à un critère d'authenticité, ainsi qu'à l'expérience du visiteur, deux aspects auxquels la propre Charte internationale du tourisme culturel donne

une place tout à fait essentielle. D'où le fait que l'existence de « cultures authentiques » soit perçue comme une garantie de « tourisme de qualité ».

Nous considérons qu'ici réside le point d'inflexion majeur dans la relation complexe qui s'établit entre le tourisme culturel et le patrimoine immatériel. L'originalité recrée une série de conflits dont les protagonistes sont les touristes, avides d'événements uniques dans leur genre, et l'amphitryon, partagé entre l'exhibition de sa culture dans l'authenticité de sa perception, et la réinvention, sous diverses formes, de ces expressions, afin qu'elles répondent aux attentes stéréotypées des visiteurs. Le dilemme est complexe, car une culture ne se présente pas toujours comme « authentique » dans son ensemble, ni absolument « inauthentique ». Pour en revenir aux Mapuches argentins, s'ils se refusent à arborer des plumes, des pagnes et des lances, les femmes se font photographier, telles des images de cartes postales, avec leurs bijoux originaires et leurs vêtements traditionnels, les mêmes vêtements et bijoux qu'elles revêtent quand il s'agit de participer à une manifestation où se réclament des droits à la terre et à l'identité. Marchant [1999, p. 31] rend compte de la tension que provoque le fait d'être « sous le regard du touriste », mais également des conflits qui surgissent à l'intérieur même des communautés qui « décident » d'exposer leurs manifestations et de recevoir les visiteurs. « Les personnes s'imaginent que nous continuons à vivre dans le passé », confie Jeff Watts, membre de la tribu canadienne des Tseshahts, qui inaugura en 1998, à Vancouver, la voie de la découverte de la culture amérindienne. Quand les touristes lui demandent de les conduire jusqu'à un village indigène, il leur propose ironiquement de faire signe au prochain chariot. Il est fort intéressant de remarquer, comme le signale l'auteur même et comme nous l'avons observé dans le cas mapuche, « fréquemment, ce que les touristes attendent ne correspond pas à la « réalité » – il faudrait se demander quelle réalité –, d'où la déception et l'étonnement des amphitryons face à l'idée que se font d'eux les étrangers ».

Cette problématique induit un « goût pour la différence » qui, pourtant, n'arrive pas à se définir en raison des différences culturelles qui existent entre visiteurs et natifs. Quoique le tourisme culturel soit recherché par des touristes spécialisés et intelligents, les différentes visions du monde creusent généralement des abîmes entre les uns et les autres. Par exemple, la Pachamama est une récupération du passé inca, et perçue pour cette raison comme une tradition dénuée de conflits dans la route du monde andin. Cette vision entre inévitablement en contradiction avec la vision d'un passé plus problématique au sein des processus historiques locaux : on ignore le passé lié à la culture calchaqui pré-hispanique, peuple qui opposa une résistance féroce aux Incas et aux espagnols [Rodríguez y de Hoyos, 2003]. Ces références idylliques sont décrites dans les prospectus touristiques comme la « réalité authentique » de la culture de la Pachamama. Ainsi, les visiteurs arrivent, attirés par une version « occidentalisée », dans laquelle s'homogénéise un « Nous indigène », obligeant le culte à la Pacha à s'adapter à ce regard. D'une certaine façon se produit une mise en adéquation du rituel, redéfinissant son sens, modifiant l'image de la Pachamama et sélectionnant des parties du culte et du rituel en vue de leur exposition. L'exemple de la Pachamama renvoie à l'appauvrissement dont

souffrent plusieurs manifestations culturelles, qui une fois qu'elles sont « découvertes » par le marché touristique et par ceux qui opèrent avec celui-ci, représentent une des expressions culturelles immatérielles finissant par être le reflet d'une « **ethnicité reconstruite** »⁹ aux yeux du touriste [Robinson, 1999, p. 22].

Quand ce sont les touristes qui requièrent ce genre de savoirs et de pratiques locaux, ils réclament à l'unisson que la singularité de ces derniers provienne de leur authenticité, produit d'un héritage culturel spécifique. Cependant, paradoxalement, quand les amphitryons décident de montrer leurs connaissances culturelles, ils le font non seulement en exhibant les changements advenus depuis leurs origines jusqu'à nos jours au sein de la communauté, mais également en introduisant d'autres modifications appropriées aux prétendues attentes du tourisme. L'authenticité à partir de cette complexité finit par être plus qu'une simple singularité, contribuant à la génération de produits culturels qui s'exhibent comme des « authenticités émergentes » [Cohen, 1988, p. 379] acceptés par les touristes ainsi que par les consommateurs locaux et résidents du lieu, produits qui fréquemment n'échappent pas à l'exotisme. Pourtant, cette manière de considérer la place de l'authenticité en tant que médiatrice de la rencontre entre le touriste et l'amphitryon, ramène non seulement au produit à consommer, reflet de cet aspect pittoresque déjà évoqué, mais également aux processus de création et de transformation subis par les expressions culturelles¹⁰ [Gonçalves, 2005, p. 31]. Ces processus mettent en évidence la créativité de ceux qui donnent « un sens au lieu » qu'ils habitent et à partir duquel ils négocient leur place parmi les visiteurs, puis leur place dans le monde des « hyper-localités ». Ces processus de créativité s'impliquent dans les contenus stéréotypés du site connus des touristes : les points de vue des touristes s'entremêlent à la production locale de part des amphitryons, dépassant un sens de l'authentique en tant qu'« aura » du patrimoine sacralisé. Nous irons même jusqu'à dire que si, ainsi que l'affirme Mac Canell [1922, p. 159, cité in Aevdo Grunewald, *op. cit.*, p. 146], « les natifs, pour satisfaire la demande touristique... se font natifs pour les touristes », cela favorise un mouvement simultané que l'auteur cité affirme ne pas observer dans la rencontre touristique, celui des touristes « se faisant natifs ». S'instaure alors un kaléidoscope dans lequel les visions et les conceptions du monde, par effet de la même circulation exposée préalablement, vont se transformer et changer de couleur face à un nouveau regard. L'authenticité est liée à la façon dont se présente et se perçoit l'interprétation déterminée d'une expérience et d'une expression – quelles valeurs attrayantes on observe chez ceux-ci et avec quelle esthétique – plus qu'à la réification, quoiqu'en fait, cette dernière joue en général un rôle important.

9. Reprenant le concept employé par Mac Cannell [1992] : « ethnicité construite ». Un concept employé pour rendre compte des identités ethniques qui ont émergé en tant que moyens d'opposition aux colonisations.

10. Gonçalves signale que l'authenticité de ces termes peut être assimilée à la notion de « culture authentique » que développa Salir [1985].

Dans la ville de Buenos Aires tous ces processus ont lieu ensemble. La « communauté touristique » dont parle Azevedo Grunewald va au-delà du moment et de la rencontre propres à l'« arène touristique » – mentionnée par cet auteur. En d'autres mots, elle dépasse le moment de la demande qui peut se voir matérialisée lors de la visite éphémère dans laquelle le point central est l'amphitryon, mais également la situation reliée à ce que trouve le touriste, une fois arrivé sur les lieux [Santana, *op. cit.*]. Cette communauté est concernée spéculativement par la « vente » d'un seul produit : le tango, oscillant entre d'autres produits, acteurs et rencontres, qui font que le touriste n'est pas un commanditaire homogène et que les amphitryons différenciés négocient et renégocient des produits et des expressions à exhiber, ainsi que des rencontres basées sur des styles divers d'interaction, redéfinissant des frontières symboliques rendues malléables par le sens de communauté.

Par exemple, le tango, genre musical et dansable, s'est converti en patrimoine national à partir des années 90, mais en prenant spécialement en compte l'identité « porteña ». La marque « tango » s'est convertie en une bonne affaire qui augmente la densité de tango par mètre carré, brassant 30 millions de dollars par an, ceci avec des ventes qui sont passées de 20 % à 100 %. Ceci a fait croître le nombre de touristes qui désormais ne viennent pas seulement se promener à Buenos Aires et voir un spectacle de tango, mais bien à apprendre à le danser, et pour ce faire, s'installent parfois pendant des mois à Buenos Aires (on estime que 64 % des touristes étrangers arrivent en ville pour le tango). Ce qui attire l'attention, c'est que le tango qui a été repris et converti avec succès en affaire est le genre spectaculaire, dans lequel la danse se pare de pirouettes stylisées, spectacle auquel on assiste dans les théâtres, les bars, les festivals et les spectacles en général. En revanche, et proportionnellement à cet accroissement, les touristes qui arrivent de nos jours à Buenos Aires à l'affût de cette expression culturelle, sont désireux d'apprendre le style « milonguero », celui que les étrangers n'apprennent pas dans leurs pays d'origine, mais bien dans les salons de milonga remplis de danseurs de tango « marque déposée », où l'homme dirige les pas de danse de la femme, où les vêtements sont en accord avec ce style et où se recrée le « véritable tango argentin ». (celui qui se danse ici et nulle part ailleurs et qui rend la ville distinctive) [Carozzi, 2004]. Le « produit tango » s'est converti en signe d'identification de la « marque Buenos Aires », dans le mélange de ce caractère spectaculaire et de l'« authenticité émergente » d'un tango ancien mais transformé par le visiteur qui finit par se transformer en résident. Les résidents associent le tango à une identification construite à l'extérieur de la ville, sans grande appropriation à l'intérieur de celle-ci, à une exception près : quand le tango associé au tourisme est potentiellement instrumentalisable dans le but de réglementer, de contrôler et de discipliner l'espace des « Autres » indésirables de la propre ville. Dans cette situation, toute la ville n'est pas montrable, car certaines zones ne sont pas touristiques, par exemple celles dans lesquelles la cumbia acquiert une légitimité pour les individus locaux, mais reste relativement cachée aux yeux des visiteurs. Nous disons bien relativement, car certains tours proposent les « cumbia tours » qui conduisent les touristes à la rencontre de la musique et de la danse populaire invisibles et disqualifiées vers l'intérieur, mais rendues exotiques en une exhibition « arrangée », dans

l'interaction avec le touriste. Et tandis que la *cumbia* et la *bailanta* (le lieu où l'on danse) peuvent se redéfinir à l'occasion d'une rencontre brève et instantanée, d'autres acteurs de la ville, comme les Boliviens, essaient d'imposer leurs fêtes, leur musique et leurs danses dans des lieux périphériques mais négociés à partir d'une production du soi-même qui les qualifie comme l'autre face de la monnaie du tango, expression « typiquement porteña ». Dans une vision synthétique de Buenos Aires, d'autres segments du kaléidoscope sont figurés par les « villas-tours » ou des « piquetes-tours ». Le « villa-tour », qui se déroule dans un bidonville d'un quartier périphérique et pauvre, implique une exhibition de « l'expérience locale de la pauvreté », où le guide est un habitant de cette « villa » qui, enfreignant les normes locales, expose ses voisins, en montrant son habitation, les rues de la « villa », ce qui se mange, la musique qu'ils écoutent, etc. À la différence des *piqueteros* (mouvements de chômeurs de la périphérie urbaine de Buenos Aires qui coupent les rues et les routes munis de bâtons et de passe-montagnes) qui auront négocié à l'intérieur même de leurs mouvements l'inclusion de touristes qui arrivent pour « apprendre » comment ils travaillent, se socialisent, protestent et revendiquent. On y voit une forme de « tourisme pédagogique », où les protagonistes obtiennent des bénéfices, en même temps qu'ils « éduquent » le visiteur, dans le but d'obtenir, par le truchement du touriste, une part de légitimité et de reconnaissance sociale citoyenne. Ce sont des formes de tourisme culturel, dans lesquelles on fait d'« une culture de la pauvreté » un patrimoine – pour reprendre la fameuse conception formulée par Oscar Lewis. Cependant, les *piqueteros*, ainsi que quelques mouvements sociaux – par exemple, le Groupe culturel Afro Reggae du Brésil – incorporent des touristes à l'observation de pratiques et de coutumes typiques, de façon qu'au travers de ces rencontres, se négocient des questions d'ordre politique et de résistance populaire. Les rencontres dans la « villa » sont des styles d'interaction fondés sur un tourisme qui exige une « hyper-localité », mais déqualifiés par les citoyens qui ne participent pas à cet espace et ce temps.

L'authenticité, dans le sens où nous l'avons comprise, permettrait de rediriger les flux d'un tourisme culturel spécialisé, provoquant des affluences massives dans des endroits qui deviennent emblématiques par leur identité persistante, contrairement avec d'autres lieux et événements sans visiteurs ni touristes sporadiques. Les problèmes inhérents à l'envergure des flux touristiques dans des zones où le patrimoine immatériel acquiert de l'importance, oblige à repenser des mécanismes qui contribuent à des rapports mieux articulés entre le tourisme et le patrimoine, entre le touriste et l'amphitryon. Mike Robinson suggère à ce sujet qu'au-delà de la reconnaissance de la diversité culturelle en tant que facteur crucial pour un tourisme culturel soutenu dans le temps, il devient indispensable de « proposer aux cultures locales un forum dans lequel ils peuvent participer aux décisions qui touchent à « leur avenir » [1999, p. 23]. Cette question se voit renforcée dans l'idée que la promotion de cette forme de tourisme doit se fonder sur une coopération active avec les cultures locales. Pour certains spécialistes, la participation se résoudrait moyennant l'administration et le contrôle des ressources patrimoniales potentiellement touristiques par les habitants, ainsi que par la prise de décisions

locales qui impliqueraient l'acceptation autant que le refus : pouvoir dire non à certaines pratiques et certains comportements des visiteurs, si ces derniers sont perçus comme perturbateurs du sens donné à certaines expressions culturelles.

Mais les décisions que les habitants peuvent prendre sont généralement traversées par des facteurs divers, parmi lesquels les bénéfices économiques jouent un rôle important, étant de fait ceux qui rendent hautement conflictuelle la relation entre le tourisme et l'amphitryon. Les mécanismes de participation ne sont pas toujours la panacée, produisant des allées et des venues dans les actions qu'en certaines occasions les amphitryons eux-mêmes cautionnent d'abord puis rejettent. Arantes [2004] met l'accent sur le caractère ambivalent de quelques célébrations, dans lesquelles, d'un côté, on renforce la **valeur d'usage** que la fête possède encore pour les natifs, à partir de laquelle se négocie la valeur ajoutée et différentielle du « produit fête » en tant que « culture authentique et autochtone », garantissant un capital symbolique dans la production d'attractions touristiques. De l'autre côté, on favorise une **valeur d'échange** qui dépend de l'incorporation sélective et conditionnée d'étrangers et de visiteurs : seules quelques activités de la fête peuvent être permises aux touristes, selon la décision des natifs, alors que d'autres leur sont défendues, du moment où elles sont des activités propres aux connaisseurs locaux, aux « sages » de la communauté. Donc, dans certains cas, les touristes et les natifs participent à une dispute et finissent par négocier, mais ceci sur la base de la prise de décisions de ceux qui font partie de la communauté. Cependant, il peut exister des cas dans lesquels s'impose la valeur d'échange et d'autres dans lesquels on parie sur la valeur d'usage. Pour prendre des exemples de la ville de Buenos Aires, les fêtes boliviennes – bien que pas toutes dans la même mesure – se sont rendues visibles, négociant à partir de cette perspective non seulement la place de citoyens et de touristes au cœur de celles-ci, mais qui plus est le profil et le genre de « boliviannité » que le gouvernement local assume publiquement. Le dernier « Kaipi Bolivia III- ReConocernos en el patrimonio cultural », réalisé dans le Musée d'Art Populaire José Hernández dépendant du Gouvernement de la Ville de Buenos Aires (mairie), avec l'appui du Fondo de Cultura BA, fut promu moyennant l'image fraternelle d'une Bolivienne vêtue de ses vêtements colorés de fête et d'un jeune *porteño* blond, en jean et tee-shirt de la sélection de football argentine, ensemble rendu exotique à partir d'une sacoche artisanale andine. L'affabilité entre les deux cultures se résume par un symbole iconique de la ville moderne : l'obélisque *porteño* (cette image traduit le rite de passage sous-jacent : du « creuset de races » national au « multiculturalisme *porteño* »). Image typiquement touristique, négociée à partir d'un stéréotype culturel majeur, auquel contribue la participation de quelques individus de la communauté, qui, avec ceci, reconstruisent des catégories d'« Autres » et de « Nous » passibles d'être légitimés. Au contraire, les brésiliens habitant la ville développent le culte à Yemanjá dans l'occultation de celui-ci. En même temps, les Péruviens résidant à Buenos Aires, du moins les leaders de certaines organisations culturelles, se mettent d'accord avec le consulat péruvien – qui à son tour négocie avec le gouvernement national et local – quant aux festivités et danses qu'ils vont exhiber, afin de recréer une identité nationale hors du Pérou qui, à partir du patrimoine culturel, permette de repositionner la

stigmatisation des « voyageurs migrants » sur lesquels a été affichée une image négative, d'illégalité, de pauvreté et de délinquance.

Qui sont les touristes dans le monde de l'inter-culturalité ? Par conséquent, qui sont les « non-touristes » ? Le premier fait qu'il faudrait probablement signaler et qui surgit des premières pages de ce texte est que, dans le monde actuel, il est chaque fois plus difficile d'établir la distinction, propre aux sociétés modernes, entre le touriste et l'amphitryon. Comme nous l'avons vu, le tourisme/touriste se constitue entre des flux de différents genres et des paysages qui vont au-delà de l'espace délimité de la communauté locale. Dans ce sens, la « culture locale » constitue un tourisme potentiel et/ou contribue à la génération d'un tourisme culturel quand elle favorise la circulation de « son image » et engendre une rencontre avant même que celle-ci puisse se produire « in situ ». De la même façon, le touriste potentiel a beaucoup voyagé avant de voyager et, avec ses imaginaires stéréotypés, il va à la rencontre d'un imaginaire « natif » qui a circulé et re-circulé à partir de différentes sphères du prisme mondial. C'est pour cela que, malgré la rareté et la difficulté d'obtenir des statistiques de circulation des personnes entre les localités, les villes et les pays qui offrent l'expérience de contempler des « cultures vivantes », cette absence de données est peu significative pour penser la relation entre le tourisme culturel et le patrimoine immatériel et, en articulation avec celle-ci, les rencontres diverses et complexes entre touristes et « non-touristes ».

Dans le « nouveau monde » de la diversité culturelle, la ré-émergence de la culture de l'Autre, dans laquelle le patrimoine immatériel devient bien plus attrayant que les ruines du Colisée Romain ou que les ruines archéologiques de différentes communautés indigènes, remue et déplace les cadres de constitution du touriste ainsi que ceux des sociétés réceptrices. Dans la construction dialogique entre les touristes – également citoyens et résidents dans leurs propres sociétés – et les individus – cycliquement citoyens, résidents, locaux, « natifs », immigrants, et jusqu'à touristes en puissance – vont se mettre en place des « communautés touristiques » qui dépassent les frontières matérielles et symboliques des « hyper-localités » et de la rencontre limitée à la visite volatile et éphémère.

D'une certaine façon, les sociétés se reconstruisent autour des voyageurs du monde contemporain, divers et multiples – migrants, et même des touristes qui se convertissent en résidents –, qui voyagent avec leurs cultures et leurs patrimoines, opérant dans la distribution des flux, de façon territorialisée autant que déterritorialisée. Il est probable que ni le marché du tourisme, ni les autorités des pays et des villes concernés, n'aient conscience de ce mouvement à haute densité de circulation, dans la mesure où ce sont eux-mêmes qui favorisent, au moyen d'une technique personnelle, des « tactiques d'enclaves »¹¹. En ce sens, la construction des

11. Manuel Castells a parlé de la « tactique d'enclaves » pour souligner la conformation de lieux, touristiques et exotiques mais protégés de l'insécurité (Réunion Nouvelles Politiques pour le Tourisme Culturel, 2005).

« communautés touristiques » serait bien le résultat d'une certaine complicité entre touristes et « non-touristes », non dans le sens d'une relation bipolaire, mais plutôt multipolaire.

BIBLIOGRAPHIE

- APPADURAI A. [2001], *La Modernidad Desbordada. Dimensiones culturales de la globalización*, México, Trilce-FCE, 235 p.
- APPADURAI A. [2005], « Memoria, archivo y aspiraciones », in Margarita Gutman (éd.), *Construir Bicentenarios en Argentina*, Buenos Aires, Caras y Caretas, The New School University, p. 129-136.
- ARANTES A.A. [2004], « El patrimonio intangible y la sustentabilidad de su salvaguardia », in *Instantáneas Locales*, Santiago de Chile, DIBAM, UNESCO y CODELCO, p. 6-21.
- AZEVEDO GRUNEWALD R. de [2003], « Turismo e etnicidade », *Horizontes Antropológicos*, Antropologia e Turismo, año 9, n° 20, Porto Alegre, p. 141-160.
- BOISSEVAIN J. [2005], « Rituales ocultos. Protegiendo la cultura de la mirada turística », *Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, vol. 3, n° 2.
- CAROZZI M.J. [2003], « El reconocimiento de las formas populares y locales de la memoria en las políticas del patrimonio cultural », in Alvarez y Lacarrieu (coord.), *El espacio cultural de los mitos, ritos, leyendas, celebraciones y devociones*, Temas de Patrimonio 7, Comisión para la Preservación del Patrimonio Histórico Cultural de la Ciudad de Buenos Aires, GCBA.
- CASTELLS M. [1995], *La ciudad informacional. Tecnologías de la información, reestructuración económica y el proceso urbano regional*, Madrid, Alianza Editorial, 504 p.
- DIAZ CRUZ R. [1993], « Experiencias de la identidad », *Revista Internacional de Filosofía Política*, Madrid, p. 63-74.
- GARCIA CANCLINI N. [2004], *Diferentes, Desiguales y Desconectados. Mapas de la interculturalidad*, Buenos Aires, Gedisa Editorial, 223 p.
- GARCIA CANCLINI N. [2004], « Propuestas para rediscutir el patrimonio intangible », *Memorias Patrimonio Intangible. Resonancia de nuestras tradiciones*, AAVV, ICOM-México, Conaculta-Inah, Fundación Televisa, p. 41-45.
- GEERTZ C. [1991], « Desde el punto de vista de los nativos » : sobre la naturaleza del conocimiento antropológico », *Alteridades*, vol. 1, n° 1, UAM-Iztapalapa, p. 102-110.
- GONÇALVES J.R. [2005], « Ressonancia, materialidade e subjetividade : as culturas como patrimônios », *Horizontes Antropológicos, Patrimonio Cultural*, año 11, n° 23, Porto Alegre, p. 15-36.
- GOUTIER H. [2002], « Ne me parlez pas de culture. Défense et illustration d'une stratégie économique ACP basée sur les industries de la créativité », *Le Courrier, le magazine de la coopération au développement ACP-UE*, Dossier Industries Culturelles, n° 194, septembre-octobre 2002.
- HALE C. [2004], « Rethinking indigenous politics in the era of the "indio permitido" », *NACLA Report on the Americas*, vol. 38, n° 2, setiembre/octubre 2004.
- HANNERZ U. [1996], *Conexiones Transnacionales. Cultura, Gente, Lugares*, Madrid, Frónesis, Cátedra, Universitat de Valencia, 290 p.
- LACARRIEU M. [2005], « El patrimonio cultural inmaterial : un recurso político en el espacio de la cultura pública local », *Instantáneas Locales*, Santiago de Chile, DIBAM, UNESCO y CODELCO, p. 154-188.

- LINS RIBEIRO G. [1987], « Descotidianizar. Extrañamiento y conciencia práctica. Un ensayo sobre la perspectiva antropológica », *Cuadernos de Antropología Social*, vol. 2, n° 1, Buenos Aires.
- MARCHANT G. [1999], « Indígenas Anfitriones », *El Correo de la UNESCO, Tema del Mes Turismo y Cultura, compañeros de ruta*, Julio/Agosto 1999.
- MARGLIN S.A. [1990], « Towards the descolonization of the mind », in F.A. Marglin, S.A. Marglin (éd.) *Dominating Knowledge*, Oxford, Clarendon Press. Citado en Hannerz.
- ROBINSON M. [1999], « Por un turismo concertado », *El Correo de la UNESCO, Tema del Mes Turismo y Cultura, compañeros de ruta*, Julio/Agosto 1999.
- SANTANA A. [2003], « Turismo cultural, culturas turísticas », *Horizontes Antropológicos, Antropología e Turismo*, año 9, n° 20, Porto Alegre, p. 31-58.
- YÚDICE G. (2001a), « Para una ecología cultural : Artículo horizontal de conclusión », in *Seminario Nuevos Retos y Estrategias de las Políticas Culturales frente a la Globalización*, Barcelona, Mimeo.
- YÚDICE G. [2001b], « Negociar el valor añadido del patrimonio intangible », in *Primeras Jornadas de Patrimonio Intangible « Memorias, identidades e imaginarios sociales »*, Comisión para la Preservación del Patrimonio Histórico Cultural de la Ciudad de Buenos Aires, p. 53-66.

L'exotique et le domestique

*Tourisme national dans les pays du Sud :
réflexions depuis la Thaïlande¹*

*Olivier Evrard**

Les approches économiques, géographiques et sociologiques constituent encore l'essentiel des contributions des sciences sociales à l'étude du tourisme. Sans être totalement absents des débats, les anthropologues gardent une certaine distance avec ce thème. Alors que leurs terrains respectifs sont chaque jour davantage concernés par le tourisme, peu d'entre eux prennent effectivement part aux nombreuses discussions (notamment en langue anglaise) que le phénomène suscite, se contentant généralement de l'évoquer brièvement comme un des facteurs du changement social chez les populations qu'ils étudient. Face à ce constat, Michel Picard et Jean Michaud avancent deux explications [2001, p. 6-8]. La première a trait aux caractéristiques de la recherche sur le tourisme : la prépondérance des recherches appliquées, souvent financées par le secteur privé ou les institutions internationales, conduit à une surévaluation de l'aspect économique du phénomène et « fait écran » à ses dimensions et son intérêt proprement anthropologiques.

La seconde raison tient aux rapports ambigus des ethnologues et des touristes, ces derniers étant vus au mieux comme des intrus ou des « idiots du voyage » [Urbain, 2001] dont il faut coûte que coûte se distinguer, au pire comme des menaces pour l'intégrité physique, sociale et culturelles des populations visitées. Pourtant, c'est l'ethnologue qui contribue, au moins en partie, à rendre attractives (les Anglais diraient « *tourable* ») les populations qu'il étudie. Paradoxe gênant pour lui, ses publications peuvent même devenir des sortes de livres de voyage, lues et exhibées par les touristes au même titre que le Lonely Planet ou le Guide du Routard : si elles ne donnent pas les adresses utiles, ou les « bons plans », elles sont utilisées à des fins de distinction sociale (apparaître comme un voyageur éclairé plutôt que comme un touriste) et pour tenter un contact supposé moins superficiel avec l'Autre exotique. Le malaise épistémologique que suscitent la rencontre et

1. Pour les noms de lieux, la transcription suit le système du *Royal Institute of Thailand* (1982). Le terme « *Thaï* » désigne les habitants de l'actuelle Thaïlande, « *Tai* » les différents groupes ethnolinguistiques (répartis un peu partout en Asie du Sud-Est et jusqu'en Assam) de langue tai.

* Anthropologue, IRD, UR 107 « Constructions identitaires et mondialisation », evrard@bondy.ird.fr.

la comparaison avec les touristes n'est toujours pas dépassé ; les ethnologues le vivent comme une parenté à (mauvaise) plaisanterie.

Il ne s'agit pas ici de contester cette analyse, mais de la compléter, en proposant une troisième explication trop souvent passée sous silence. Le projet d'une véritable anthropologie du tourisme n'a jamais été développé et mené à son terme parce qu'il s'est trop souvent arrêté à la sociologie des touristes occidentaux, ou à une analyse de l'impact de ces mêmes touristes dans les pays du Sud. Une équivalence implicite, reproduite dans de nombreux travaux, a posé les termes d'une conception ethnocentrique : le tourisme est un phénomène lié à la modernité et la modernité est identifiée à l'Occident. Rien, ou si peu, n'est écrit à propos des touristes des pays du Sud, sinon en les concevant comme des copies conformes au modèle occidental. Or, puisqu'il s'agit ici de réfléchir sur le caractère transnational des réseaux touristiques et sur les recompositions sociales qu'ils génèrent, peut-être devrait-on commencer par interroger les limites trop communément admises de notre « objet ». Dans le cas contraire, la transnationalité du tourisme risque d'apparaître à nouveau comme l'extension d'une modernité occidentale surimposée aux sociétés dites « d'accueil ». Une véritable anthropologie du tourisme suppose aussi d'envisager l'Autre comme touriste, dans sa propre société à défaut de pouvoir l'être facilement dans la nôtre, et de lui accorder la possibilité, au moins théorique, d'être moderne (et même post-moderne !) selon des combinaisons de valeurs et de comportement qui lui sont propres.

J'utilise dans cet article des exemples tirés essentiellement de la Thaïlande, pour tracer le contour de cet « Autre touriste ». Mon propos vise à démontrer que le faible nombre de travaux sur les touristes du Sud dans les sciences sociales nous renseigne sur l'état actuel de la recherche sur le tourisme. Plus précisément, il nous renvoie à une cécité et à un déni. Nous ne « voyons » pas les touristes du Sud parce que nous ne les concevons pas autrement que comme des hôtes complaisants et dépendants et nous reproduisons ainsi, le plus souvent de façon inconsciente, les hiérarchies géopolitiques globales. Ceci nous empêche d'aborder de façon critique les enseignements de la sociologie (dans quelle mesure les touristes du Sud le sont-ils selon des modalités identiques aux nôtres ?) et, de façon plus générale, d'inclure l'étude du tourisme dans une anthropologie politique de la mobilité.

L'anthropologie du tourisme ressemble à un éternel recommencement. Dennison Nash la considérait en 1981 comme hypnotisée par la question du comportement des touristes occidentaux et de leur impact sur les sociétés réceptrices, principalement celles du Sud et il insistait sur la nécessité d'étudier les variations interculturelles de la pratique touristique [1981, p. 461]. En 1983, les *Annals of Tourism Research* publiaient ce qui reste encore à ce jour leur seul numéro thématique consacré aux touristes non-occidentaux, avec des contributions consacrées au Japon, au Mexique ou encore à l'Inde. Dans l'introduction, Nelson Graburn lançait un appel similaire à celui de Nash : « (...) if the subject of the anthropology of tourism is to truly measure up to the global, comparative scope of

the anthropology of other institutions (cf. religion, kinship, stratification, law and so on), it must become cross-cultural » [1983, p. 9]. Vingt ans plus tard pourtant, et à l'exception de quelques rares articles et ouvrages, rien n'a véritablement changé et Kristina Ghimire, dans l'introduction de son ouvrage sur les « *native tourists* », a parfaitement raison de souligner la persistance de la même vision occidentalocentrée : « *The bulk of social science enquiry has been concerned mainly with the socio-economic effects of tourism in the North or involving Northern tourists in the South. Little knowledge exists on Southern tourists* » [2001, p. 2]. Que s'est-il donc passé ? Comment expliquer que le constat de Dennison Nash puisse être repris presque mot pour mot vingt ans plus tard ?

L'anthropologue et le touriste du Sud : histoire d'un rendez-vous manqué

Il semble qu'il faille écarter d'emblée l'argument économique. Si les touristes originaires des pays du Sud ont un pouvoir d'achat généralement inférieur à celui des touristes occidentaux, ils génèrent cependant souvent, dans leur propre pays (tourisme dit « domestique » ou « national ») ou dans les pays proches (tourisme dit « régional »), des revenus égaux ou supérieurs à ces derniers car ils sont considérablement plus nombreux [Ghimire, 2001, p. 3]. En Thaïlande par exemple, les statistiques officielles ont recensé plus de 81 millions de visiteurs thaï à l'intérieur du pays en 2003², contre un peu plus de 27 millions de touristes étrangers la même année. Malgré une dépense individuelle journalière moyenne inférieure à celle des touristes internationaux, les touristes thaïlandais ont ainsi généré un revenu équivalent à l'échelle nationale [TAT 2003, p. 98]. Par ailleurs, les touristes asiatiques originaires des pays de l'Asean sont aussi plus nombreux en Thaïlande que les touristes européens³ et dépensent davantage en moyenne, y compris les touristes originaires de pays réputés les plus pauvres comme les Philippines ou le Vietnam [TAT 2003, p. 65].

De fait, l'essentiel des – trop rares – données disponibles aujourd'hui sur les touristes du Sud proviennent généralement d'études économiques ou sociologiques à caractère appliqué commandées par le secteur privé ou les organisations internationales. Bien qu'elles restent étroitement centrées sur des questions d'impact, elles s'avèrent souvent fort utiles pour initier une démarche comparative et elles posent des questions qui devraient intéresser très directement les anthropologues. En quoi

2. Les organismes thaïlandais reprennent la définition technique utilisée par le l'Organisation Internationale du tourisme. Les « visiteurs » sont les personnes se rendant dans une province différente de leur lieu de résidence habituelle et dont la mobilité n'est liée ni à l'exercice d'une activité rémunérée ni à la poursuite d'études dans la province de destination. Les « visiteurs » sont « touristes » s'ils restent plus de vingt-quatre heures sur leur lieu de destination, « excursionnistes » dans le cas contraire.

3. Plus de deux millions et demi de touristes originaires d'un des pays de l'ASEAN ont visité la Thaïlande en 2003 (TAT 2003, p. 25). L'ensemble des « touristes asiatiques » en Thaïlande totalise environ six millions de personnes à cette date (chiffre auquel on peut ajouter les 500 000 touristes en provenance du sous-continent indien) soit approximativement deux fois le nombre total de touristes occidentaux (européens, états-unis, canadiens, australiens et néo-zélandais).

les dynamiques internes et les impacts sociaux des tourisms domestique et régional dans les pays du Sud différent-ils de ceux du tourisme international ? Quels en sont les bénéfices et les coûts – sociaux, environnementaux, comment les calculer et comment sont-ils partagés ? Dans les deux cas, qui en profite, qui est marginalisé ? Incontestablement, l'étude du tourisme ne se limite pas à la seule question de son impact, fut-il comparé. Reste qu'il est paradoxal, et même inquiétant, de constater aujourd'hui que dans ce domaine, les anthropologues laissent le soin aux économistes et aux sociologues d'initier des démarches véritablement transculturelles.

L'ambition comparative était pourtant présente lorsque le tourisme a commencé à émerger comme sujet d'étude à part entière dans les sciences sociales. En témoigne notamment l'article en forme de manifeste de Dennison Nash [1981] suggérant que certaines activités au sein des sociétés de chasseurs-cueilleurs pouvaient être considérées comme touristiques. Les travaux de Nelson Graburn [1983, 1996] sur le tourisme japonais s'inscrivent eux aussi dans cette démarche et expriment un souci proprement anthropologique de penser l'unité du phénomène touristique au-delà de ses variations culturelles. Par la suite cependant, les recherches se sont focalisées presque exclusivement sur le tourisme occidental. L'explication *a priori* la plus évidente concerne le caractère « spectaculaire » des rencontres entre touristes occidentaux et populations du Sud tandis que le tourisme domestique apparaît lui à la fois moins facile à identifier et plus trivial. En d'autres termes, l'anthropologue aurait naturellement tendance à privilégier les formes les plus contrastées des relations interethniques, un peu à la façon de Dennis O'Rourke filmant les rencontres entre touristes australiens et les populations du fleuve Sépik en Nouvelle Guinée dans « Cannibal Tours »⁴. Pourtant, cette myopie de l'anthropologue ne résulte pas seulement d'une déformation professionnelle qui le conduirait à se focaliser seulement sur les touristes occidentaux. Elle s'explique également par un héritage intellectuel, c'est-à-dire par l'orientation et le contenu des débats qui se sont développés durant les dernières décennies autour de la nature du phénomène touristique⁵.

Dès les années soixante-dix, la très grande majorité des auteurs ont remis en question l'idée que le tourisme constituait en quelque sorte l'extension et la systématisation d'une inclinaison déjà présente dans les formes « pré-modernes » de mobilité. Ils ont insisté au contraire sur la rupture radicale introduite par le tourisme de masse, né avec l'émergence de la société industrielle occidentale à la fin du dix-neuvième siècle. On peut distinguer cependant trois grandes approches. Dean Mac Cannel [1973] a défini le tourisme comme une réponse à l'aliénation de l'individu dans la société moderne (i.e industrielle, urbanisée). Il s'agit pour lui d'une recherche nostalgique d'authenticité en dehors de la sphère du quotidien. Les pays du Sud sont devenus des destinations privilégiées précisément parce qu'ils cristallisent un ensemble de représentations (naturalité, nudité, simplicité, générosité)

4. D. O'Rourke, *Cannibal Tours*, Institute of Papua New Guinea Studies-Channel 4, 1987, 35 mm, 70 min.

5. Pour une synthèse, voir notamment Michaud [2001, p. 15-33].

propices à nourrir la nostalgie des habitants des pays occidentaux : le « Bon Sauvage » comme miroir du mal-être occidental. Plusieurs auteurs, dont le plus connu est certainement Erik Cohen, ont contesté cette définition « unitaire » [Cohen, 1979, p. 180] et ont insisté au contraire sur la diversité des comportements touristiques. Leurs typologies tendent malheureusement à perpétuer la vieille opposition entre le touriste (de masse) et le voyageur (solitaire) et confinent les habitants du Sud dans un état pré-moderne où prévaut la peur du voyage, de l'étrange et du différent [Cohen 1972, p. 165]. L'autre exotique ne peut-être qu'un hôte bienveillant ou éventuellement un guide dans sa propre société, mais certainement pas un touriste.

Une troisième approche, plus récente, rompt à la fois avec la « nostalgie existentielle » de Dean Mc Cannel et la méthode typologique d'Erik Cohen. Développée en priorité à partir d'études menées en Occident, notamment en Europe de l'Ouest, elle conteste la vision « structuraliste » organisée autour d'oppositions entre l'ordinaire et l'extraordinaire, le quotidien et l'exotique, ce dernier étant lui-même organisé et construit pour apparaître comme tel dans le cadre touristique. Elle délaisse aussi la question des manifestations pré-modernes du tourisme puisque la désirabilité du voyage trouve son origine non dans une prédisposition commune à toute l'humanité mais dans une rupture radicale sur le plan culturel et technique. L'invention puis la généralisation d'innovations technologiques (développement des transports, harmonisation du temps, photographie notamment) ont facilité à la fois le déplacement des touristes et la circulation de signes (artefacts, images) qui entretiennent leurs envies de voyage, modèlent un « regard » touristique [Urry, 1990] et s'immiscent dans tous les aspects de la vie courante. On assiste pour cette raison à une « dédifférenciation » de la sphère du touristique et du quotidien [Wood, 1998, p. 228-234]. Dans la société post-moderne, le touriste a quitté les marges de la vie sociale pour migrer en son centre [Bauman, 1996] et « son quotidien est devenu l'ailleurs de l'ailleurs d'où il revient » [Urbain, 2001, p. 331].

Aussi séduisante soit-elle, cette conception ludique et dédifférenciée du tourisme néglige les rapports de force et les hiérarchies globales sur lesquels repose et que perpétue aussi le regard touristique. Les images produites à des fins de marketing touristique dans les pays du Sud renvoient encore systématiquement au mythe du non-civilisé, de l'intangible ou du non-limité [Echtner, Prasad, 2003, p. 660-682], perpétuant ainsi un cadre conceptuel clairement post-colonial. Certes, les sociétés du Sud ne sont pas les victimes passives de ce regard touristique occidental et elles se construisent également en réponse à lui : Michel Picard [1992] a par exemple montré comment, sur l'île de Bali, la « balinité » est le produit d'une « construction dialogique » – ou d'une conscience réflexive – élaborée au fur et à mesure de l'élargissement de l'espace social des Balinais (colonisation, indonésianisation, touristification). Reste qu'il est beaucoup plus facile pour un touriste du Nord de se rendre dans un pays du Sud que pour un habitant du Sud d'être touriste au Nord, et pas seulement pour des raisons économiques. Dès les premières démarches administratives pour l'obtention du visa, il existe une différence statutaire

évidente : pour le touriste occidental, il s'agit véritablement de formalités, pour celui du Sud par contre, il faut avant tout vaincre des suspicions diverses (travail illégal, regroupement familial, mariage « blanc ») et démontrer qu'on entend véritablement être touriste, c'est-à-dire rentrer dans son pays d'origine à l'expiration de son visa. En d'autres termes, n'est pas touriste qui veut et l'idée d'une « modernité liquide » [Bauman, 2000] semble bien idyllique. Il existe aussi, pour reprendre une métaphore aquatique, tout un système de courants, d'écluses et de valves organisant la mobilité touristique, la facilitant pour certains, la déniait à d'autres. De ce point de vue, le tourisme global doit être envisagé davantage comme un phénomène néo-colonial [Kaur, Hutnyk, 1999] : il se développe sur la base d'un accès privilégié à la mobilité des habitants du Nord contrastant avec l'immobilité contrainte – et les migrations forcées – des populations du Sud.

Adoptant un cadre conceptuel qui fait une plus large place à l'anthropologie de l'État (Foucault, Deleuze) et des techniques (Latour, Hall), Adrian Franklin montre que le tourisme constitue une « mise en ordre du monde » [2004, p. 277-301]. Il s'attache à tracer l'origine et à décrire les manifestations de ce « phénomène rhizomique global » en insistant sur les correspondances étroites entre développement du nationalisme, innovations techniques et création d'une désirabilité du voyage pour lui-même. Il s'agit non plus seulement de savoir qui sont les touristes ou ce qu'ils font mais également comment ils furent constitués comme tels c'est-à-dire comment émergea puis se généralisa à partir de la fin du dix-neuvième siècle une culture touristique à la fois ordonnée et ordonnante. Le cadre conceptuel proposé par Franklin s'avère très pertinent pour penser à la fois le caractère universel du phénomène touristique, les inégalités qu'il perpétue et les modalités spécifiques de son développement local, chaque culture définissant à sa manière les plaisirs et les comportements touristiques appropriés. Il me semble cependant que l'état actuel des recherches sur les touristes du Sud ne permet pas d'utiliser à sa juste valeur un tel modèle. Si le tourisme est bien un phénomène moderne, rhizomique et global, selon quelles combinaisons de signes, de comportements et de valeurs s'organise-t-il dans d'autres sociétés que les nôtres ? Et quelles sont les hiérarchies locales, nationales ou internationales à l'œuvre dans ce processus ? Faute de se poser ces questions, on risque soit de se limiter à la problématique de l'impact du tourisme occidental dans les sociétés du Sud, soit de considérer encore une fois les touristes domestiques comme des avatars tardifs de leurs équivalents occidentaux.

C'est pourtant très exactement la position adoptée et revendiquée par Erik Cohen. « Le tourisme de masse » écrit-il, « est essentiellement un phénomène moderne et occidental » [1994, p. 12]. Son développement récent dans les pays du Sud s'effectue de la même façon qu'en Occident, notamment à travers l'amélioration des transports, le développement d'une société de consommation et l'émergence de classes moyennes voyageant de plus en plus fréquemment à l'étranger. Si les habitants du Sud deviennent donc eux aussi progressivement des touristes, ils suivent en cela des trajectoires et des modes de comportements occidentaux, tout en intégrant à leur façon de voyager certains éléments de leurs propres cultures, par

exemple dans le cas des Thaïlandais les pèlerinages dans les sanctuaires bouddhistes [1994, p. 12 et 2001, p. 1]. Mais pourquoi écrire que les touristes du Sud intègrent des éléments de leur propre culture dans leur pratique « occidentale » du voyage d'agrément et non qu'ils intègrent le tourisme comment un nouvel élément dans leur culture ? Si certains indicateurs ou comportements sont incontestablement similaires (par exemple le rôle prépondérant joué par les classes dites « moyennes » et urbanisées), quelle en est la valeur sociale et historique dans ces sociétés ?

Tourismes au Sud : séparation des espaces et asymétries des désirs

Après tout ce temps passé en Thaïlande, il est étonnant qu'Erik Cohen ne se soit jamais intéressé davantage aux touristes thaïlandais et à leur histoire. Il aurait pu montrer que le tourisme domestique y a parfois précédé le tourisme international⁶, par exemple à Chiang Mai, capitale du Nord et deuxième ville du pays, et pas seulement dans ses formes dites « traditionnelles » comme les pèlerinages, les visites à des proches ou les voyages d'aristocrates dans les régions reculées, ces derniers ayant commencé dans les années trente [Phrasit, 2005, p. 2]. Le Tourism Authority of Thailand (TAT), qui a vu le jour en 1960 à Bangkok, a ouvert un bureau à Chiang Mai dès 1968. Des campagnes publicitaires à destination spécifiquement des touristes thaï ont été lancées à cette époque pour promouvoir l'image des régions du Nord pendant que leurs habitants étaient formés, lors de séminaires, à devenir des « hôtes » pour les touristes. Le TAT organisa également des voyages en bus depuis Bangkok auxquels prenaient part les classes moyennes et supérieures de la capitale pour des sommes avoisinant les quatre milles baht sur trois jours. En 1983, le TAT organisa ainsi 15 voyages de groupe pour un total de 1 300 touristes thaïlandais [Richter 1989, p. 90]. La création volontariste d'un marché touristique local, que les autorités thaïlandaises ont ensuite laissé au secteur privé le soin de développer, a donc précédé le développement du tourisme international, et non l'inverse. En fait, dans la région de Chiang Mai, le tourisme des Thaï représente une proportion moins importante aujourd'hui qu'il y a vingt ans. Ainsi, à la fin des années quatre-vingt, les touristes thaï étaient quatre fois plus nombreux dans la province de Chiang Mai que les touristes étrangers. En 2004 cependant, et bien qu'ils soient toujours aussi nombreux, ils ne représentaient plus que 54 % du flot touristique total car dans le même temps, le nombre d'étrangers a considérablement augmenté [TAT Chiang Mai, 2005].

Le tourisme domestique s'est développé indépendamment du tourisme international, non seulement dans le temps, mais également dans l'espace : il ne concerne pas les mêmes lieux, ou pas de la même façon. À l'échelle nationale, ceci apparaît clairement par l'analyse comparée des destinations privilégiées des touristes thaï et internationaux (tab. 1 et 2). Si dans les deux cas, Bangkok constitue la destination la plus fréquente (à un degré plus important pour les Occidentaux cependant), il

6. Un phénomène également noté par Nelson Graburn en Chine : « (...) and Chinese domestic tourists have preceded and often outnumbered foreigners to these places [Tibet et la Route de la Soie] for perhaps different motivations » (2001, p. 79-80).

s'agit là du seul point de convergence géographique (avec la province de Chonburi) entre les deux catégories de touristes. Tandis que les Occidentaux privilégient les plages du Sud et les régions les plus éloignées, les Thai eux voyagent plus fréquemment à dans la grande périphérie de Bangkok et dans les provinces du Centre et du Nord-Est, notamment dans celles de Kanchanaburi et de Nakhon Ratchasina. La raison de ce décalage est évidente : les Thaïlandais disposent de moins de temps libre que les touristes internationaux et peuvent difficilement se rendre dans des provinces éloignées. Par ailleurs, de nombreux travailleurs migrants de la capitale sont originaires de ces deux provinces, lesquelles parallèlement ne possèdent pas d'attractions particulières susceptibles d'intéresser les touristes occidentaux.

Tab. 1 – Touristes thaï et étrangers :
les cinq destinations les plus fréquentes

Thaï	Étrangers
Bangkok	Bangkok
Kanchanaburi	Chonburi
Nakhon Rachasima	Phuket
Phetchaburi	Phang nga
Chonburi	Chiang Mai

Source : TAT, 2003.

Tab. 2 – Touristes thaï et étrangers : répartition géographique des voyages

	Thaï	Étrangers
Nord	12 %	10 %
Bangkok	24 %	36 %
Centre	23 %	10 %
Est	11 %	13 %
Nord-Est	19 %	3 %
Sud	11 %	29 %
Total	100 % (81 776 397 voyages)	100 % (27 328 672 voyages)

Source : TAT, 2003.

Les touristes domestiques voyagent notamment, mais pas exclusivement, pour rendre visite à leurs proches restés sur place et participer à des fêtes de mérite, notamment les cérémonies d'ordination (*buat*), la fête de sortie de carême (*thot katin*) et les « offrandes de vêtements religieux » (*thot phaa pha*)⁷. Ainsi, sur un échantillon de 100 touristes thaï interrogés à Chiang Mai en novembre 2005, 28 % citaient la visite à des proches et la participation à des festivals (les deux principaux étant le *songkhan* en avril et *loy khatong* en octobre) comme la première raison de leurs voyages en Thaïlande. Pour autant, doit-on considérer qu'en raison des motivations de leur voyage, ne sont pas de « véritables » touristes ? On rejoint ici le débat précédemment évoqué entre les tenants d'une conception unitaire du tourisme et ceux privilégiant au contraire l'exercice typologique. Pour les premiers, les visites aux proches, tout comme le pèlerinage constitueraient des activités « pré-touristiques », ou des formes de « tourisme coutumier » [Urbain, 2001, p. 321], radicalement différentes de l'état d'esprit qui prévaut parmi les touristes contemporains. Pour les seconds, cette distinction est extrêmement problématique puisque les activités touristiques contemporaines, dans les sociétés du Sud comme dans les pays développées, peuvent mêler plusieurs types de comportements sur un même site ou durant un même voyage [Graburn, 1983, p. 9-33].

Dans le cas de la Thaïlande, Mary Beth Mills [1999, p. 31-51] a montré comment les excursions de groupes organisées par les travailleurs migrants de Bangkok donnaient lieu à un tourisme combinant à la fois à une intense consommation, matérielle ou visuelle, similaire à celle qui prévaut pour les touristes occidentaux et à la visite de sites religieux, voire à la participation physique et financière à des cérémonies religieuses (*tam bun*). Le caractère ostentatoire de ces pratiques permet aux travailleurs migrants de négocier une meilleure image d'eux-mêmes et de leur relation avec la société globale et peuvent aussi contribuer à resserrer les liens avec leur région d'origine. Cet exemple souligne les limites de l'exercice typologique dans la mesure où chaque voyage peut impliquer différents types d'attitudes ou de motivations, indépendamment de l'origine sociale ou ethnique des touristes. Il montre ensuite que, contrairement à l'idée défendue par Cohen, le tourisme « moderne » ne se réduit pas uniquement à une recherche gratuite de dépaysement et de nouveauté. Les activités de loisirs ne sont jamais entièrement indépendantes des liens sociaux car elles constituent aussi une arène pour la mise en scène et la reproduction des relations de classes dans la société industrielle.

À l'échelle locale, le phénomène de séparation des espaces touristiques apparaît encore plus prégnant. Si l'on considère par exemple les destinations balnéaires des Thaï et des Occidentaux, on s'aperçoit que les premiers se dirigent presque exclusivement vers les plages de Bang Saen et de Cha-am (province de Petchaburi), tandis que les seconds se concentrent sur la côte Ouest (avec Phuket comme la

7. Le *thot katin* comme le *thot phaa pha* sont en fait des offrandes de vêtements à la communauté monastique mais le second rite peut être effectué à n'importe quel moment de l'année et selon des modalités moins strictes. (Louis Gabaude, EFEO, communication personnelle). Le *thot phaa pha* se sécularise de plus en plus et devient l'occasion d'offrandes multiples non seulement pour la communauté monastique mais également pour le soutien aux pauvres, l'éducation des enfants défavorisés etc.

destination emblématique) ou dans les îles du Golfe de Siam. Bien sûr, cette séparation n'est pas absolue et on peut voir dans certains lieux de riches Thaïlandais pratiquer la plongée aux côtés de vacanciers européens. Elle reste cependant évidente, même pour un observateur peu averti. Il y a d'un côté les plages pour Thai, de l'autre celles occupées par les *farang* (occidentaux) et une telle démarcation s'explique notamment par des rapports différents au corps, à la nature et au loisir. La quasi-nudité des occidentaux et leur engouement pour les bains de soleil prolongés contrastent avec le comportement plus pudique des Thai et leur aversion pour l'exposition au soleil. S'arrosant généreusement de crème solaire, les *farang* se positionnent seuls ou à deux face à la mer, dans une attitude méditative. Installés en groupe sous des bâches en plastique colorées, les Thai se font face, rient, parlent, boivent et mangent et ils ne vont se baigner, la plupart tout habillés, qu'au coucher du soleil : ici, comme le résume avec humour Philip Cornwell-Smith [2005, p. 233], « la seule chair en train de frire dans l'huile est celle d'un poulet »⁸.

De tels contrastes dans la construction symbolique et la pratique des lieux touristiques traduisent l'existence d'attitudes appropriées, de notions encodées culturellement de « comment être un touriste ». Ces prédispositions touristiques différentes expliquent en retour l'asymétrie des comportements, par exemple dans le choix du moyen de transport ou de l'hébergement. Un Occidental en quête de sensations « authentiques » privilégiera les transports en commun tandis que les touristes domestiques chercheront autant que possible une place dans un minibus privé et climatisé affublé d'un sigle VIP. La nuit venue, le touriste occidental s'arrêtera dans une petite pension de style néo-traditionnel, les touristes domestiques quant à eux s'installeront dans un hôtel moderne, avec climatisation et télévision. Le premier cherche l'authenticité dans le passé des seconds, lesquels inversement l'identifient dans le présent du premier.

Ces asymétries génèrent aussi des regards croisés problématiques, au moins du point de vue des touristes occidentaux, qui ont fréquemment tendance à juger péjorativement les comportements et les goûts des touristes locaux lorsqu'ils se retrouvent sur un même site avec eux. Au Nord de la Thaïlande, leur approche individualiste et méditative des randonnées les incite par exemple à éviter les groupes bruyants de jeunes thaïlandais venant passer plusieurs nuits en montagne sous la tente, équipés de fourrures polaires, de radio et de bouteille de whisky, une stratégie qui leur est même parfois conseillée dans les guides de voyage⁹. Ce phénomène est également rapporté par Victor Alneng dans l'ancienne ville coloniale de Dalat au Vietnam. Aujourd'hui fréquentée presque exclusivement par des touristes vietnamiens, elle est devenue une sorte de « petit Paris », avec réplique miniature de la Tour Eiffel, une cité de l'amour où déambulent les couples vietnamiens en lune

8. « *In this netherworld of red and blue striped half-light, the only oil-basted flesh getting roasted belongs to a chicken* » [Cornwell-Smith, 2005, p. 233].

9. « *On the two days we climbed, we saw not a single other walker. But it need to be like that. Doi Chiang Dao, because of its renown and eye-catching format, is a fairly popular climb with Thais. If you want to miss goggles of slow moving, chattering, partying, song-singing Siamese, avoid trekking in the mountain at week-ends and especially during Thai public holidays* » [Gooden, 2000, p. 67].

de miel. Les auteurs du Lonely Planet consacré au Vietnam déconseillent à leurs lecteurs la visite de ce « Disneyland des Hauts Plateaux » qu'ils considèrent comme « le sommet du kitsch vietnamien » [cité in Alneng, 2001, p. 132]. À Agra, En Inde, Tim Edensor rapporte quant à lui l'agacement d'une jeune touriste britannique contemplant le Taj Mahal et dérangée par le comportement des touristes indiens : « *I think Indians are really crap tourists. They just don't know how to be tourists, rushing around, talking all the time and never stopping to look at anything – even here at the Taj Mahal !* » [Edensor, 2001, p. 78]. La pluralité des regards ludiques – et des comportements qui leur sont associés – s'accompagne donc de leur conflictualité potentielle. Cette tension interne à l'espace touristique en constitue une propriété fondamentale et elle s'articule à mon sens autour de deux principes majeurs.

Le premier renvoie à ce que Jean-Didier Urbain nomme « le complexe du faux », c'est-à-dire l'antagonisme toujours renouvelé entre la figure du voyageur et celle du touriste, entre l'authenticité du voyage et l'inauthenticité du tourisme. Certains auteurs ont suggéré, sur la base d'exemples pris en Chine et au Vietnam, que les populations de ces pays n'exprimeraient pas des préoccupations aussi marquées que les Occidentaux pour les questions d'authenticité du lieu ni une gêne à être et à agir comme des touristes [Sheperd, 2002, p. 192 ; Alneng, 2001, p. 133]. Il me semble hasardeux cependant de généraliser ce propos à l'ensemble des touristes du Sud, où même simplement aux touristes domestiques en Asie. Si leur comportement est sans doute moins individualiste que celui des Occidentaux, certaines situations montrent cependant que le tourisme constitue pour eux aussi un marqueur privilégié de distinction sociale : en Thaïlande, les représentants des couches sociales les plus favorisées se réapproprient les comportements et les goûts touristiques des Occidentaux. Ayant tendance à voyager davantage seuls ou en groupes réduits, ils considèrent avec une certaine ironie les comportements des touristes plus « populaires », notamment ces travailleurs migrants étudiés par Mary Beth Mills qui voyagent en larges groupes. Leur comportement bruyant et festif leur vaut l'épithète de *chin chap tour*, une expression dans laquelle les deux premiers termes renvoient au bruit des cymbales dans une fanfare. Le « complexe du faux » pourrait donc être considéré comme une propriété universelle de l'espace touristique reproduisant les hiérarchies de la société globalisée.

Nationalisme, nostalgie et « mise en tourisme » des territoires

L'asymétrie des désirs et des regards entre différentes catégories de touristes trouve également son origine dans un rapport différent avec le territoire, et plus précisément dans les liens entre tourisme domestique et nationalisme dans les pays du Sud. L'exemple de la province de Chiang Mai a montré que le développement du tourisme y devait beaucoup à la volonté de l'État, et un phénomène similaire s'observe aujourd'hui dans les autres régions du pays, notamment celles du Centre et du Nord-Est. Il traduit les efforts déployés pour rendre attractif le territoire national et inciter les Thaïlandais à voyager dans leur pays. Cette tendance s'est

accrue depuis la crise de 1997 – année où fut lancée la campagne du TAT intitulée « *Thai tour Thai* » – et les événements internationaux de 2001 et 2003. Le tourisme domestique est désormais clairement reconnu comme un moyen de compenser les baisses accidentelles de fréquentation touristique internationale (comme ce fut le cas un peu partout en Asie du Sud-Est en 2003) et comme un outil d'aménagement du territoire. Il ne s'agit pas seulement d'une marque de pragmatisme de la part de l'État, mais aussi, d'une façon de forger la « communauté imaginée » [Anderson, 1991] dans laquelle prend naissance le sentiment de l'appartenance nationale. Adrian Franklin [2004, p. 289] souligne avec raison les liens existant partout dans le monde entre nationalisme et naissance du phénomène touristique : le tourisme, et ceci apparaît particulièrement clair pour le tourisme domestique dans les pays du Sud, trouve ses racines moins dans une recherche de la différence que dans le prolongement de l'appartenance.

De ce point de vue, deux dynamiques ont joué un rôle crucial en Thaïlande : d'une part la politique de conservation et de restauration des monuments historiques et religieux et d'autre part le développement d'une vision idyllique et nostalgique du milieu rural au sein des classes moyennes urbanisées. Le lien entre idéologie nationale, royauté et préservation des monuments historiques fut affirmé dès le règne de Rama VI (1910-1925) mais il devint véritablement une préoccupation majeure à la fin des années soixante-dix, une période durant laquelle la société thaï était profondément divisée¹⁰. Au cours des années suivantes, des célébrations royales imposantes furent organisées à intervalles réguliers. Elles coïncidèrent avec la construction de nouveaux monuments et l'inauguration de Parcs Historiques comme celui de Sukhothai en novembre 1988 au moment où était célébré le plus long règne de l'histoire du pays¹¹.

Parallèlement, on assiste au début des années quatre-vingt au développement d'un paradigme « ruraliste » chez les intellectuels thaï, parfois repris par certains chercheurs étrangers. En sociologie, « l'École de la Culture Communautaire » (*watthanatham chumchon*) insiste sur l'indépendance et l'égalitarisme des sociétés rurales traditionnelles et sur les déséquilibres introduits par l'État et le capitalisme. De même, le projet « d'Histoire Locale » (*prawattisat thongthin*) entend rompre avec les récits officiels basés sur les chroniques de cour et documenter l'histoire des petites principautés *müang* qui ont dans bien des cas conservé une relative indépendance vis-à-vis du pouvoir central jusqu'au début du xx^e siècle. Consacrés exclusivement aux sociétés rurales, ces travaux¹² n'en reflètent pas moins les représentations et les angoisses d'une classe moyenne urbanisée avec souvent

10. La période fut marquée, outre la persistance d'une guérilla communiste dans les régions frontalières, par la « révolution d'Octobre 1973 » qui vit l'arrivée au pouvoir d'un gouvernement civil, puis par les massacres d'Octobre 1976 à l'Université de Thammasat, à la suite desquels les militaires reprirent le contrôle du gouvernement.

11. Classés « Patrimoine Mondial de l'Humanité » par l'Unesco en 1991, les deux parcs historiques de Sukhothai et d'Ayuthya sont devenus aujourd'hui les symboles du pouvoir siamois et de la nation thaï.

12. Sur « l'École de la Culture Communautaire », on trouvera une bibliographie détaillée dans Rigg et Richie [2002] et Hirsch [1993]. Pour le projet « d'Histoire Locale », voir notamment Peleggi [2002].

l'idée sous-jacente (rendue encore plus prégnante par la crise économique de 1997) que l'étude des « communautés » rurales constitue un moyen pour trouver les solutions aux problèmes du présent.

La multiplication des « histoires locales », l'idéalisation du rural, la politique de préservation des monuments historiques ainsi que la publication de nouvelles revues et de guides de voyage en langue thaï consacrés à l'héritage culturel du pays, tous ces éléments ont très directement contribué au développement d'une mobilité de loisir. Sous l'influence d'une vision souvent idyllique, traditionaliste et nostalgique, les espaces ruraux ont été réinventés et transformés en archétypes et en « héritages » historiques ou naturels autour desquels s'organise le discours sur l'identité et l'histoire nationale. De façon révélatrice, ce processus concerne aussi les symboles de dissidence ou de conflit comme dans le cas des anciennes bases de la guérilla communiste situées dans la province de Nan, à proximité du Laos : l'État thaïlandais y développe désormais un tourisme historique afin de faciliter le développement économique de la région et de pacifier les relations sociales locales [*Bangkok Post*, 15/12/2005]. Il inclut également les villages de « minorités ethniques » (Hmong, Lahu, Akha, Karen etc. désignés par le terme *chao khao*¹³) occupant les marges de l'espace social des Thaïlandais. Les Projets Royaux, organismes de développement agricole dédiés à l'origine à la lutte contre la culture de l'opium et à la promotion des cultures de substitution dans les villages montagnards, ont ainsi inclus, depuis l'an 2000, le tourisme et la vente d'artisanat dans leur stratégie de développement [Phrasit, 2005, p. 4].

L'écart existant aujourd'hui en Thaïlande entre les bénéfices tirés de ce tourisme « ethnique » – international et domestique – par l'État ou par les opérateurs privés et les conditions de vie réelle de ces populations renvoie aux contradictions internes du phénomène touristique et à la part de violence dont il est toujours porteur. Tandis que les villages montagnards voient leurs droits coutumiers remis en question par les lois forestières, ils sont invités à porter leurs costumes traditionnels pour renforcer leur « attractivité ». Leurs habitants, nombre d'entre eux immigrants relativement récents – deviennent les cibles privilégiées de l'économie touristique nationale mais dans le même temps nombre d'entre eux n'ont toujours pas réussi à obtenir la citoyenneté thaïlandaise. Parfois, de véritables zoos humains ont vu le jour, comme dans le désormais fameux cas des femmes kayan (sous-groupe karen), plus connues sous le nom de Padaung ou sous le sobriquet de « femmes-girafes »¹⁴. Un phénomène similaire s'observe dans la province de Nan où un petit groupe de chasseurs-cueilleurs Mlabri (connus en Thaïlande et au Laos

13. Si l'État thaïlandais ne reconnaît pas en théorie de « minorités ethniques » sur son territoire, l'expression *chao khao* a été officialisée à partir de 1959 pour désigner les groupes montagnards non-tai [Goudineau, Vienne, 2001, p. 154].

14. Amenées depuis la Birmanie, pour certaines de force, par le Karenni National Progressive Party (KNPP), un des groupes de guérilla combattant pour l'autonomie des Karen en Birmanie, elles vivent aujourd'hui en Thaïlande sous l'œil des caméras des touristes, thaïlandais et étrangers (jusqu'à soixante-dix visites par jour dans certains villages !) et sous le contrôle du KNPP qui récupère la majeure partie des bénéfices, tandis que leurs maris ne peuvent cultiver la terre, faute de droits fonciers reconnus par l'État thaï [*The Nation*, 2/11/1996].

sous le nom de *phi tong lüang* ou « Esprits des Feuilles Jaunes ») s'est récemment sédentarisé à proximité d'un village hmong. Sans titres fonciers légaux, ils sont obligés de travailler dans les champs de leurs voisins et de mettre périodiquement en scène leur ancien style de vie à l'attention de touristes auxquels les organisateurs dissimulent leur sédentarisation (et leur évangélisation) récente. Ici, le regard touristique se nourrit d'une violence physique et symbolique : parce qu'il considère les gens comme des paysages, il impose une forme d'exotisme comme on assigne à résidence. La mobilité des uns présuppose l'immobilité des autres et les entretient dans leur marginalité.

Cette « mise en tourisme » du territoire possède aussi – comme dans le cas des femmes kayan – des implications transnationales. Celles-ci concernent non seulement les zones frontalières, où la dynamique touristique s'oriente souvent vers des pratiques illégales comme le jeu et la prostitution [Askew, Cohen, 2004], mais également tout un ensemble de régions situées sur le territoire des pays voisins. En témoigne notamment l'engouement des touristes thaïlandais pour le Laos ou pour le Sud du Yunnan¹⁵, régions où vivent des populations qui leur sont culturellement apparentées (Daï au Yunnan, Lao au Laos notamment). Accessibles facilement pour les Thaïlandais, ces deux destinations cristallisent un ensemble de représentations sur l'identité et l'origine des peuples de langue taï mais selon des modalités sensiblement différentes. Au Yunnan, les touristes thaïlandais viennent chercher la confirmation – et la mise en scène – de leur origine historique et géographique. Au Laos, ils apparaissent davantage guidés (outre leurs motivations professionnelles et/ou familiales) par une forme de nostalgie pour une identité taï « authentique » qu'eux-mêmes auraient perdu mais que les Lao auraient su conserver. Leur impact dans ces deux régions apparaît également contrasté. Au Yunnan, les visites des touristes thaïlandais ont provoqué chez les Daï, en réaction également à la violence du nationalisme han, un « revivalisme pan-taï » [Davis, 2003, p. 197-198] nourri par des objets résolument contemporains (photographies, vidéodisques) circulant par-delà les frontières nationales le long de réseaux pré-modernes, notamment les communautés monastiques, les pistes transfrontalières et les festivals villageois. Dans le cas du Laos, la situation reste plus ambiguë, notamment en raison de l'histoire conflictuelle et de l'écart économique entre les deux pays : il est difficile pour l'instant de dire si le tourisme thaïlandais renforce le particularisme identitaire des Lao ou bien au contraire nourrit leur complexe d'infériorité envers leurs voisins.

*

Alors que le tourisme constitue un objet de recherche en sciences sociales depuis maintenant presque quatre décennies, il est paradoxal de constater que l'étude des touristes du Sud reste peu développée. Un tel déséquilibre est

15. Les touristes thaïlandais constituent la majorité des touristes étrangers dans la région de Jinhong [Evans, 2000, p. 169] et plus de 20 % de l'ensemble des touristes internationaux au Yunnan [Hasegawa, 2000, p. 167]. Ils représentent 54 % de l'ensemble des touristes internationaux au Laos [Lao National Tourism Administration 2004, p. 11].

dommageable car il remet en question l'existence aujourd'hui d'une *anthropologie* du tourisme, c'est-à-dire d'une analyse véritablement interculturelle de ce phénomène. Il renforce également une conception « exclusive » du voyage d'agrément alors que celui-ci mériterait, notamment en ce qui concerne les pays du Sud, d'être envisagé dans une étude plus large de la mobilité et ses multiples motivations.

Pour autant, il ne s'agit pas de prétendre qu'en étudiant le touriste dans les pays du Sud, l'anthropologue va remettre radicalement en cause les acquis des travaux menés sur les touristes occidentaux. On vient de le voir dans le cas de la Thaïlande, la façon dont ce tourisme se développe met incontestablement en jeu des mécanismes sociologiques similaires à ceux observés en Occident. Néanmoins, ils s'articulent dans des contextes historiques différents, selon des représentations et des systèmes de valeurs spécifiques et avec des implications sociales ou politiques qui ne sont pas forcément identiques à celles du tourisme international.

Un regard comparé met à jour moins des comportements différents que des désirs asymétriques. Par exemple, si nous (touristes occidentaux) identifions l'authenticité dans le passé des sociétés du Sud (et de la nôtre), leurs habitants quant à eux la recherchent souvent dans les symboles de notre présent. De même, tandis que le touriste occidental voyage le plus souvent au Sud en quête d'exotique et de dépaysement, le tourisme domestique dans ces pays se caractérise aussi par un prolongement de l'appartenance. Ces asymétries ne renvoient pas à une « nature » distincte du tourisme en Occident et dans les pays du Sud (un tourisme de l'héritage existe aussi en Europe). Elles expriment plutôt, sous la forme d'un jeu de miroir, les inégalités économiques et les enjeux politiques de l'accès à la mobilité de loisir.

BIBLIOGRAPHIE

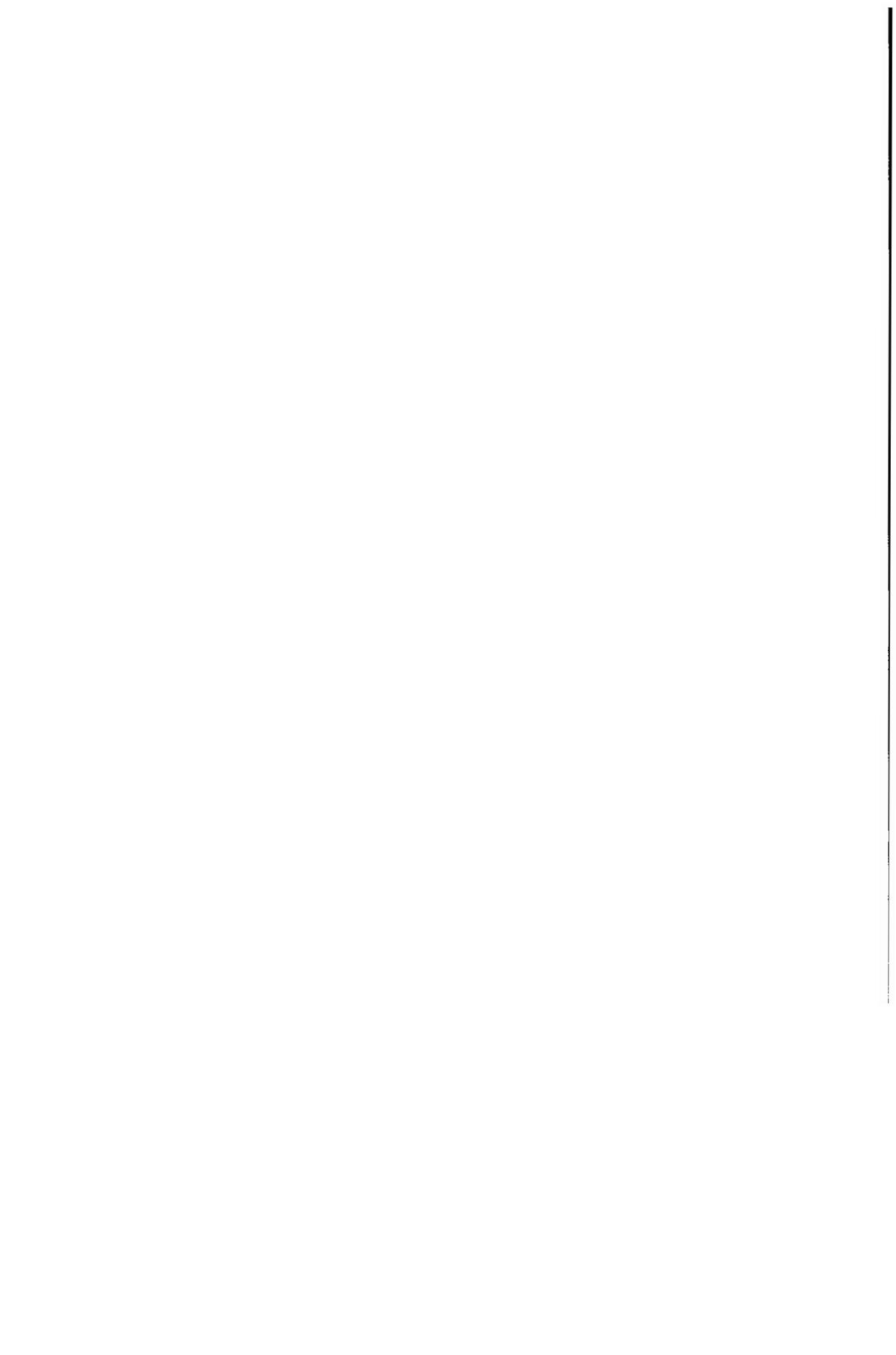
- ALNENG V. [2002], « The modern does not cater for natives. Travel ethnography and the convention of form », *Tourist Studies*, vol. 2, n° 2, p. 119-142.
- ANDERSON B. [1991], *Imagined Communities. Reflections on the Origin and Spread of Nationalism (revised edition)*, London-New York, Verso, 224 p.
- ASKEW M., COHEN E. [2004], « Pilgrimage and Prostitution : Contrasting Modes of Border Tourism in Lower South Thailand », *Tourism Recreation Research*, vol. 29, n° 2, p. 89-104.
- BAUMAN Z. [1996], « From pilgrim to tourist – or a short history of identity », in Stuart Hall, Paul Du Gay (éd.), *Questions of Cultural Identity*, London, Sage Publications, p. 18-36.
- BAUMAN Z. [2000], *Liquid Modernity*, Cambridge, Polity Press, 240 p.
- COHEN E. [1972], « Toward a Sociology of international tourism », *Social Research*, n° 39, p. 164-182.
- COHEN E. [1979], « A phenomenology of tourist experiences », *Sociology*, n° 13, p. 179-201.
- COHEN E. [1994], « Contemporary tourism – trend and challenges : sustainable authenticity or contrived post-modernity ? », in R. Butler, D. Pearce (éd.), *Change in Tourism : People, Places, Processes*, London, Routledge, p. 12-29.
- COHEN E. [2001], *Thai Tourism : Hill Tribes, Islands and Open-ended Prostitution*, (2^e éd.), Bangkok, White Lotus, 396 p.

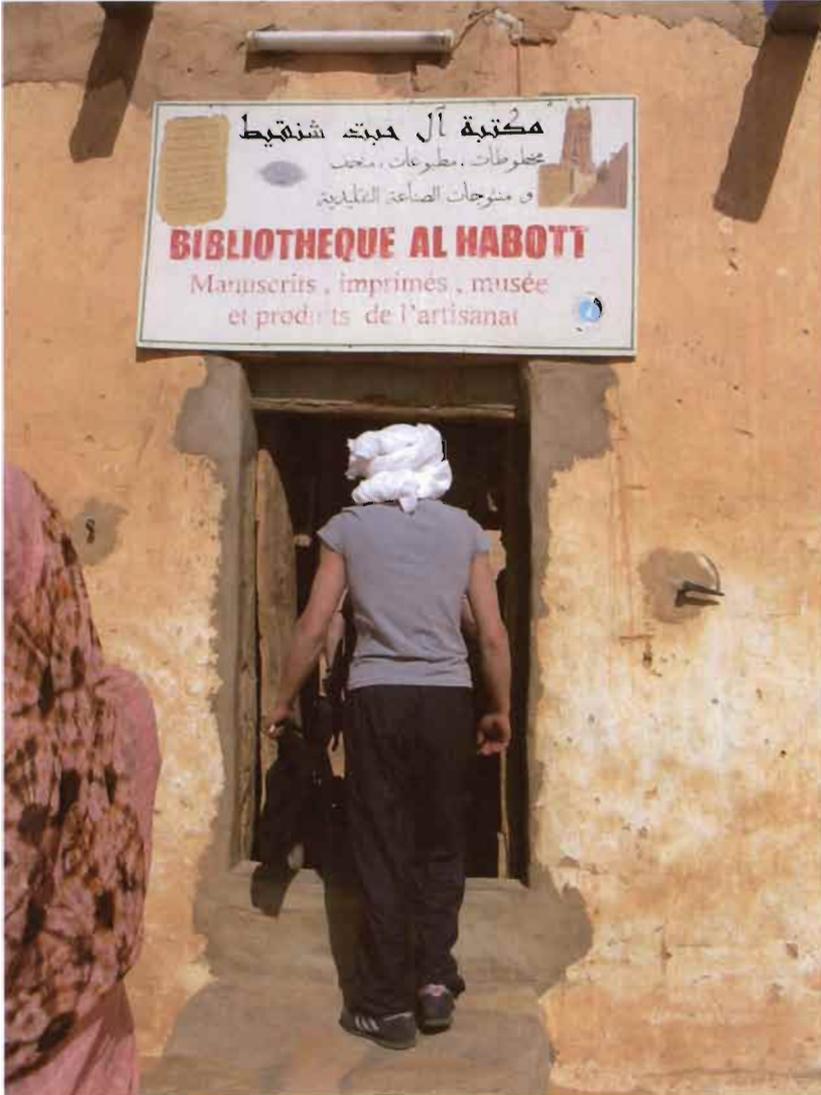
- CORNWEL-SMITH Philip [2005], *Very Thai. Everyday Popular Culture*, Bangkok, River Books, 256 p.
- DAVIS S. [2003], « Premodern Flows in Postmodern China. Globalization and the Sipsongpanna Tais », *Modern China*, vol. 29, n° 2, p. 176-203.
- DUFFY R. [2002], *A Trip Too Far. Ecotourism, Politics and Exploitation*, London, Earthscan, 210 p.
- ECHTNER C., PHUSHKALA PRASAD [2003], « The context of third world tourism marketing », *Annals of Tourism Research*, vol. 30, n° 3, p. 660-682.
- EDENSOR T. [2001], « Performing tourism, staging tourism. (Re)producing space and practice », *Tourist Studies*, vol. 1, n° 1, p. 59-81.
- EVANS G. [2000], « Transformation of Jinhong, Xishuangbanna, PRC », in Grant Evans, Christopher Hutton, Khua Khun Eng (éd.), *Where China Meets Southeast Asia*, Singapour, Institute of Southeast Asian Studies, p. 162-182.
- FRANKLIN A. [2004], « Tourism as an ordering. Towards a new ontology of tourism », *Tourist Studies*, vol. 4, n° 3, p. 277-301.
- GHIMIRE K.B. (éd.) [2001], *The Native Tourist. Mass Tourism within Developing Countries*, London, Earthscan, 234 p.
- GOODEN C. [2000], *Trek it yourself in Northern Thailand*, Halesworth, Jungle Books, 416 p.
- GOUDINEAU Y., VIENNE B. [2001], « L'État et les minorités ethniques. La place des « populations montagnardes » (chao khao) dans l'espace national », in Stéphane Doyet (éd.) *Thaïlande Contemporaine*, Paris/Bangkok, L'Harmattan/Irased, p. 143-174.
- GRABURN N. [1983], « To Pray, Pay and Play : the Cultural Structure of Japanese Domestic Tourism », *Cahiers du Tourisme*, n° 26, Aix-en-Provence, Centre des Hautes Études Touristiques.
- GRABURN N. [1996], « The Past in the Present in Japan : Nostalgia and Neo-Traditionalism in Contemporary Japanese Domestic Tourism », in Richard Butler, Douglas Pearce (éd.), *Change in Tourism : People, Places, Processes*, (chap. 4), New York, Routledge.
- GRABURN N. [2001], « Tourism and Anthropology in Southeast Asia », in Tan Chee-Beng, Sidney C.H. Cheung, Yang Hui Tourism, *Anthropology and China*, Studies in Asian Tourism n° 1, Bangkok, White Lotus, p. 71-92.
- HASEGAWA K. [2000], « Cross-border networks and tourism : some aspect of population mobility in Sipsong Panna, Yunnan province, Southwestern Chian », in K. Abe, M. Ishii (éd.), *Population Movements in Southeast Asia : Changing Identities and Strategies for Survival*, Osaka, National Museum of Ethnology, JCAS Symposium Series n° 10, p. 153-175.
- HIRSCH P. (éd.) [1993], *The village in perspective : Community and Locality in Rural Thailand*, Social Research Institute, Chiang Mai University, 96 p.
- KAUR R., HUTNYK J. [1999], *Travel Worlds. Journeys in Contemporary Cultural Politics*, London, Zed Books, 186 p.
- Lao National Tourism Administration [2004], *Statistical Report on Tourism in Laos*, Vientiane, 23 p.
- MACCANNEL D. [1973], « Staged Authenticity. Arrangements of social space in tourist settings », *American Journal of Sociology*, vol. 79, n° 3, p. 589-603.
- MILLS M.B. [1999], « Migrant Labor Takes Holiday », *Critique of Anthropology*, vol. 19, n° 1, p. 31-51.
- MINGSARN KAOSA-ARD, BEZIC D., WHITE S. [2001], « Domestic Tourism in Thailand : Supply and Demand », in K.B. Ghimire (éd.), *The Native Tourist. Mass Tourism within Developing Countries*, London, Earthscan, p. 109-141.
- NASH D. [1981], « Tourism as an anthropological subject », *Current Anthropology*, n° 22, p. 461-481.

- PELEGGI M. [2002], *The Politics of Ruins and the Business of Nostalgia*, Bangkok, Studies in Contemporary Thailand, n° 10, White Lotus, 100 p.
- PICARD M., MICHAUD J. [2001], « Présentation. Tourisme et Sociétés Locales », *Anthropologie et Sociétés*, vol. 25, n° 2, p. 5-13.
- PICARD M. [1992], *Bali. Tourisme culturel et culture touristique*, Paris, L'Harmattan, 217 p.
- PHRASIT LEEPREECHA [2005], « The Politics of Ethnic Tourism in Northern Thailand », communication présentée dans le cadre du colloque *Mekong Tourism : Learning Across Borders*, Social Research Institute, Chiang Mai University, 25 février 2005, 18 p.
- SHEPERD R. [2002], « Commodification, culture and tourism », *Tourist Studies*, vol. 2, n° 2, p. 183-201.
- RICHTER L.K. [1989], *The politics of tourism in Asia*, Honolulu, University of Hawaii Press, 263 p.
- RIGG J., RITCHIE M. [2002], « Production, consumption and imagination in rural Thailand », *Journal of Rural Studies*, n° 18, p. 359-371.
- SMITH V., BRENT M. (éd.) [2001], *Host and Guests Revisited. Tourism Issues of the 21th Century*, New York, Cognizant Communication Corporation, 462 p.
- Tourism Authority of Thailand [2003], *Statistical Report 2003*, Bangkok, 91 p.
- URBAIN J.D. [2001 (1991)], *L'idiot du voyage. Histoires de touristes*, Paris, Éditions Payot & Rivages, 354 p.
- URRY J. [1990], *The Tourist Gaze*, London, Sage Publications, 184 p. (éd. 2002).
- WOOD R.E. [1998], « Touristic ethnicity : a brief itinerary », *Ethnic and Racial Studies*, vol. 21, n° 2, p. 218-241.

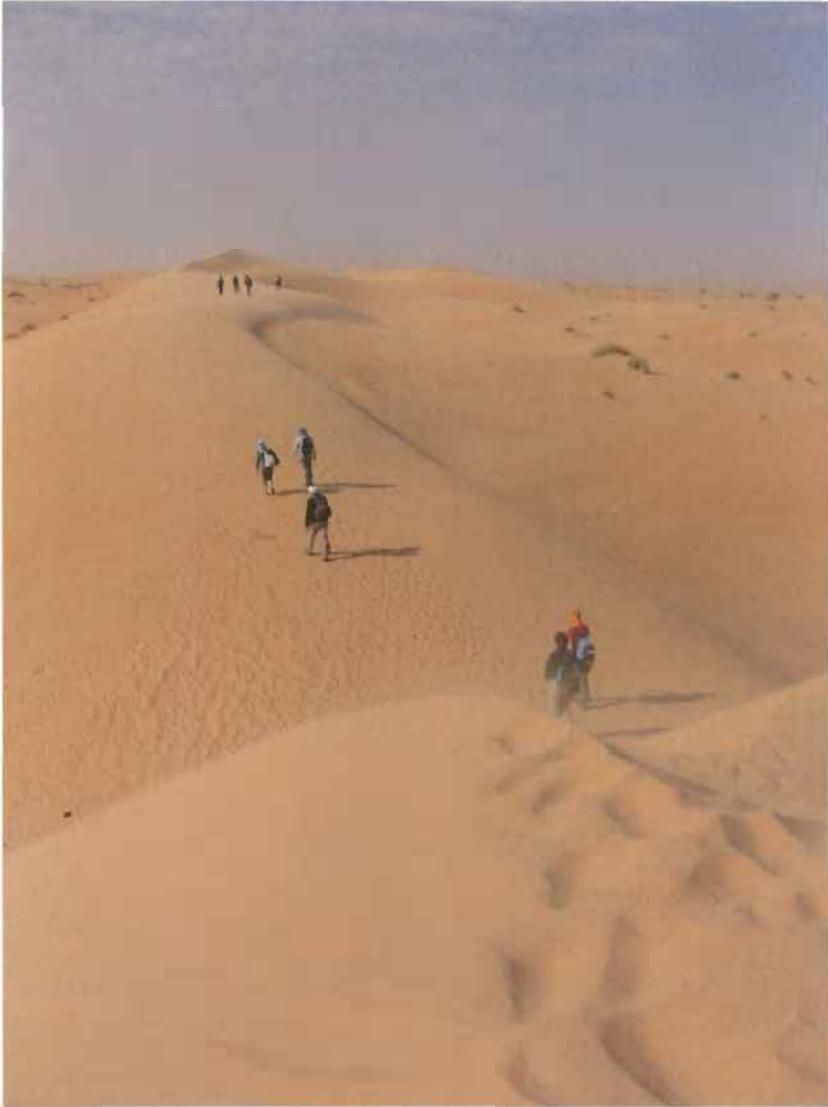
Articles de journaux

- Bangkok Post* [15/12/2005], « Revisiting history in the hills of Nan ».
- The Nation* [2/11/1996], « A Cultural Trap ».





Touriste pénétrant dans une des bibliothèques de la ville de Chinguetti
(© S. Boulay, mars 2005)



Marche d'un groupe de touristes dans les dunes, près de Chinguetti
(© S. Boulay, mars 2005)



« Randonnée chamelière » entre Ouadane et Chinguetti
(© S. Boulay, février 2005)



Vente d'artisanat aux touristes dans la vieille ville de Chinguetti
(© S. Boulay, février 2005)



Un guide et une touriste française admirant un paysage, Tergit
(© S. Boulay, avril 2005)



Visite guidée d'une palmeraie et démonstration du fonctionnement
d'un puits à balancier traditionnel, Chinguetti (© S. Boulay, mars 2005)



Passage du rallye Paris-Dakar à Agadès
(© E. Grégoire, 1997)



Danse yaake, lignage des Vii Hamma'en, Dakoro, Niger
(© M. Lassibille, 1994)



Festival Interfolk, Puy-en-Velay, France
(© M. Lassibille, 2005)



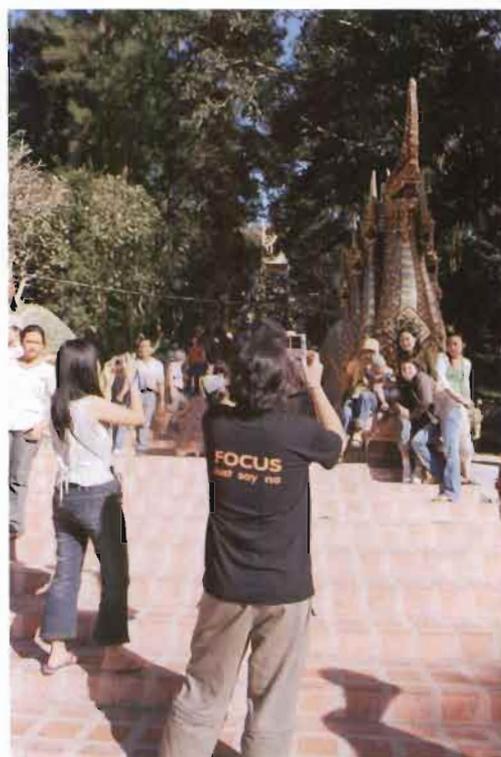
Nouvel an chinois à Buenos Aires
(© D. Calderon, janvier 2005)



Fête bolivienne de la Vierge à Copacabana à Buenos Aires
(© D. Calderon, octobre 2005)



La « mise en tourisme » du territoire. Panneau signalant une communauté Mlabri (Tong Lueang ou Phi tong Lüang) à proximité de la route. Province de Nan, Thaïlande (© O. Evrard, novembre 2005)



Touristes thaïlandais près du temple Wat Phratat Suthep, Chiang Mai, Thaïlande (© O. Evrard, décembre 2005)

Note de Recherche¹

La professionnalisation des guides népalais

Quelques réflexions autour de la réappropriation du tourisme de montagne

Éric Boutroy*

Comme l'ont montré un certain nombre de travaux suggestifs, le sport constitue un observatoire privilégié des processus de contacts culturels. La bigarrure des formes de diffusion et de réinvention des pratiques ludiques témoigne ainsi du caractère extrêmement complexe des phénomènes d'em-prunts culturels : l'indianisation du cricket en Inde [Appadurai, 2005], la réappropriation ethnique différenciée du rugby et du football dans les îles Fidji [Darbon, 2003], la créolisation du football et du polo en Argentine [Archetti, 1995], l'indigénisation créative du basket-ball chez les Navajos [Allison, Lueschen, 1979], voire le détournement du cricket par les Trobriandais [Leach, 2002] ou du football chez les Gahuku-Gama [Lévi-Strauss, 1962, p. 46-47] en représentent quelques exemples significatifs. Une telle diffusion contrastée est aujourd'hui appuyée par un double mouvement de touristification du sport et de sportification du tourisme². Symptomatique de ce croisement, l'essor du tourisme dit « d'aventure » peut être considéré comme une forme singulière de tourisme culturel. D'abord parce que la dimension « sportive » renvoie à un phénomène social largement porteur de valeurs, de conduites et de représentations partagées [Guttmann, 1978], depuis la célébration du record et des exploits jusqu'à la patrimonialisation de haut-lieux sportif³. Sur tout, cette forme de voyage sportif est largement ancrée dans l'imaginaire occidental de l'aventure [Venayre, 2002] dont elle recycle certains *topos* (écologique avec le recherche de la *wilderness*, ethnique avec une quête exotique de peuples « authentiques » [voir

* Anthropologue, chargé d'enseignement à l'Université d'Aix-Marseille, <mailto:boutroy@mms.h.univ-aix.fr>.

1. Ce texte présente les premiers éléments d'une nouvelle recherche commencée après la soutenance de ma thèse en 2004. L'enquête étant encore dans une phase exploratoire, le propos a avant tout une teneur programmatique.

2. Anne Doquet a par exemple suggéré comment le tourisme culturel en pays Mandingue (Mali) avait intégré une dimension sportive à travers la promotion de l'escalade [Doquet, 2003].

3. Par exemple, la fréquentation massive de la région des Annapurna par les alpinistes et les trekkers français tient en partie à l'importance dans la mémoire collective de l'épopée de la conquête de l'Annapurna I en 1950 [Sacareau, 1999].

Urbain, 1991]). Dans ce champ de recherche encore trop peu exploré, l'alpinisme fait largement figure de *terra incognita*. Pourtant il s'agit assurément d'une activité voyageuse et mondialisée, et ce depuis ses origines. Il ne faut pas oublier que l'invention de l'alpinisme entre le XVIII^e et le XIX^e siècle ne fut pas le fait des populations montagnardes, mais celui de touristes aisés (issus notamment de Grande-Bretagne) qui forgèrent et importèrent des usages et des représentations inédits de la haute montagne. Cette dimension « touristique » n'a fait depuis que se déplacer au fur et à mesure que les alpinistes se sont ouverts aux montagnes du monde et, bon gré mal gré, à des populations avec lesquelles se sont établis des échanges plus ou moins soutenus. Par ailleurs, si la vieille Europe constitue le foyer historique avéré⁴ d'une pratique qui s'est depuis transformée et diversifiée, force est de constater que l'engouement sportif pour l'ascension des cimes a progressivement essaimé dans un nombre croissant de sociétés. Mais du Pérou au Japon, de l'Inde à la Corée, la diffusion de l'alpinisme s'est opérée dans des situations de contact bien différentes et a fait l'objet de formes nuancées de remaniements et d'acclimations culturelles, favorisées par le caractère faiblement codifié et institutionnalisé de ces voyages sportifs⁵.

Sans tomber dans certains excès universalistes d'une approche symboliste un peu trop débridée, on peut convenir que la montagne fait partie de cette classe d'objets que Lévi-Strauss a pu qualifier de bons à penser [Toffin, 1988]. De fait, au-delà de représenter une source avérée de développement socio-économique, la diffusion du tourisme alpinistique implique souvent une confrontation avec des pratiques et des conceptions singulièrement différentes (du monde, de la (sur)nature, du danger...) et peut mettre en jeu des (re)configurations symboliques et cognitives importantes. De ce point de vue, les travaux ethno-historiques [Loux, 1988 ; Bellefon, 2003] sur les premiers guides montagnards dans les Alpes et les Pyrénées ont montré ce que le développement de l'alpinisme pouvait avoir de restructurant pour l'économie locale, les statuts autochtones comme les représentations de la haute montagne. Mais ils ont aussi indiqué plus finement la manière dont certains « traits » culturels (par exemple les techniques d'escalade ou les façons d'accompagner les touristes) avaient été accommodés et repensés en fonction des usages traditionnels (par exemple, instauration d'un tour de rôle calqué sur les modalités de gestion communautaire des terroirs et des tâches collectives). Non sans occulter la possible asymétrie des contacts, il se confirme que la rencontre touristique et les activités nouvelles qu'elle suscite n'ont rien d'un simple phénomène d'altération, d'imposition ou d'emprunt. Au contraire, elle s'intègre nécessairement dans des dynamiques (locales et globales), suscite des réinterprétations variables au sein des systèmes socio-culturels en présence et ne peut être comprise que de manière dialogique et constructiviste. Dans cette perspective et dans le

4. Il ne s'agit pas ici de remanier la conception monogénétique du diffusionnisme de l'école de Vienne. Toutefois, comme l'a montré Jean-Pierre Digard [2005] à partir du cas de la technique équestre de la monte à califourchon, il arrive que certaines pratiques se dispersent et se renouvellent à partir d'un foyer historique incontestable.

5. L'alpinisme échappe aux aspects « universalisants » [Darbon, 2002] – réglementation stricte, compétition officielle, haute standardisation – caractéristiques des loisirs sportifs « classiques ».

prolongement d'une précédente recherche centrée sur les adeptes occidentaux des voyages « aventureux » en Himalaya [Boutroy, 2004], j'ai commencé à déplacer mon attention vers les acteurs (locaux, mais aussi étrangers – par l'étude de réseaux impliqués dans la diffusion sportive) les plus engagés dans le développement du tourisme alpinistique au Népal, destination devenue en quelques décennies le cœur effectif et symbolique de l'himalayisme et du trekking ⁶.

Les expéditions emploient aujourd'hui encore un grand nombre d'auxiliaires locaux, depuis les simples porteurs ou *coolies* (tâche traditionnelle en Himalaya), jusqu'aux adjoints logistiques (cuisinier, *sirdar* i.e. leader de l'équipe d'accompagnement, et en amont les responsables d'une agence locale) ou techniques (*climbing sherpa* i.e. assistant en altitude, guide accompagnateur). « Moi j'ai cru longtemps, dans mes "expés", que les Népalais avaient du plaisir à venir en montagne. Mais le sherpa qui fait des portages en haute montagne, il déteste ! Je l'ai appris tard. Une fois j'ai questionné les sherpas. Ils me disent "Je déteste venir ici". "Mais pourquoi tu viens ?" "Parce que je dois surélever ma maison... Parce que j'ai un fils et je vais pouvoir le mettre à l'école"... Et un de mes beaux-frères, le plus grand de mes beaux-frères, qui est monté à l'Everest un jour. Il me dit "Je pleure des fois". La peur, la souffrance, tout. Il faut le dire. Ils détestent la haute montagne ». Ancien himalayiste aujourd'hui marié avec une Népalaise (une ancienne porteuse montagnarde) et vivant à Kathmandou, Henri indique que l'alpinisme fait d'abord au niveau local l'objet d'une réappropriation instrumentale. C'est ce qu'exprime sans ambages Apa Sherpa, guide spécialisé dans les plus hautes montagnes et recordman du nombre d'ascension de l'Everest (quinze ascensions – toujours dans un cadre professionnel), lorsqu'il dit : « Si je fais ça, c'est pour que mes enfants n'aient pas à le faire » avant de rappeler la dangerosité des ascensions sur les plus hautes montagnes. De fait, une grande partie des gains de son métier à risque est engagée pour financer les études supérieures de sa famille. Pour la majorité des professionnels népalais, le tourisme expéditionnaire est d'abord un moyen d'enrichissement matériel.

Toutefois, de la même manière que l'on ne peut limiter l'interaction touristique à la « rencontre » entre touriste et visité, on ne peut réduire l'appropriation locale à une simple instrumentalisation économique. Certes, certains Népalais se sont peu à peu réappropriés le tourisme de montagne pour en faire un métier aussi dangereux que profitable, et parfois une activité entrepreneuriale variablement lucrative [Sacaureau, 1997], particulièrement fragile dans le contexte actuel d'instabilité du fait d'une guerre civile de basse intensité [Ramirez, 2002]. Mais derrière les motifs matériels, le tourisme d'aventure au Népal est aussi à la source de divers remanie-

6. De manière extensive, j'ai débuté un recueil de données à l'automne-hiver 2002 notamment en accompagnant durant quelques semaines plusieurs guides népalais dans leurs activités professionnelles ou dans leur quotidien à Kathmandou et en recueillant des témoignages de responsables d'agences locales spécialisées dans l'alpinisme. J'ai ensuite de 2003 à 2005 effectué une série d'entretiens avec des guides français impliqués auprès des alpinistes népalais et organisé deux tables-rondes en France sur ce sujet. Je dispose enfin d'un matériel de première main recueilli par une jeune chercheuse qui, durant l'été 2004, a accompagné trois Népalais venus suivre une formation avancée à l'École Nationale de Ski et d'Alpinisme à Chamonix (qu'il me soit permis ici de remercier Lactitia Dézier pour sa disponibilité). La recherche entre actuellement dans une phase de travail de terrain intensif [voir *infra*].

ments socio-culturels. Le plus emblématique est sans doute l'émergence de la figure aussi renommée qu'ambiguë (ethnique et/ou professionnelle) du « sherpa » [Ortner, 1998]. Né de la spécialisation dans le portage d'altitude de certains membres de l'ethnie Sherpa (originaire de la région du Solu-Khumbu où trône l'Everest), ce terme désigne aussi aujourd'hui par glissement sémantique une fonction d'auxiliaire expéditionnaire relativement prestigieuse⁷. Source de réussite économique et de renommée⁸, moyen de valorisation identitaire, occasion de revivification de traditions [Fischer, 1990], le tourisme expéditionnaire peut représenter, dans le contexte d'une société en sous-développement chronique encore marqué par le système des castes, un espace d'ascension sociale et de redéfinitions culturelles pour des individus, mais aussi des groupes, souvent jusqu'alors dévalorisés.

Sunar, d'ethnie Gurung, a vingt ans lorsqu'il abandonne en 1991 son métier de berger dans le village isolé de Laprak (district de Gorkha) pour partir comme tant d'autres tenter sa chance à Katmandou dans le marché du tourisme. Débutant comme simple porteur, il va rapidement se faire remarquer et s'élever dans la hiérarchie touristique, jusqu'à devenir guide local et *sirdar* (en bénéficiant d'une formation locale), puis monter sa propre petite agence avec un cousin en 1997⁹ en s'appuyant notamment sur un réseau amical de touristes francophones. Affable, disponible et enthousiaste (autant de qualités touristiques), Sunar a su s'attacher un groupe de clients montagnards qui depuis 1993 l'invitent chaque année en France. Ces voyages qui sont, entre autre, l'occasion des formations professionnelles (diplômes fédéraux d'« initiateur escalade » et d'« initiateur alpinisme ») lui permettent également de s'initier à la randonnée, au ski, à l'escalade et à l'alpinisme *en tant que loisir*. De cette circulation entre la France et le Népal va naître collectivement un désir, puis un projet ambitieux : devenir guide de haute montagne UIAGM¹⁰. Financé par une centaine de personnes regroupées dans une association créée *ad hoc* (« *Namaste Himal* ») et après plusieurs années d'épreuves et de soutien, Sunar a acquis le statut élitiste d'aspirant-guide qui devrait lui permettre d'ici peu de devenir le premier guide népalais aux standards internationaux. Au-delà d'intérêts stratégiques (réussite économique, notoriété), il ne cache pas trouver un accomplissement et un plaisir personnels dans les ascensions montagnardes. Plus largement, il représente un

7. Il est révélateur que par stratégie identitaire, certains professionnels touristiques issus d'autres ethnies (Gurung, Rai...) « sherpanisent » leur patronyme pour s'identifier comme « authentiques » montagnards.

8. Apa Sherpa (évoqué *supra*) est devenu un héros national au Népal. Pasang Lhamu, première Népalaise sur le toit du monde qui mourût à la descente de cette ascension en 1993, eu droit à des funérailles nationales. Une statue d'elle a été érigée depuis dans le quartier de Bodanath à Kathmandou, et depuis 2004 l'État Népalais a renommé un sommet *Pasang Lhamu Peak* (ex. Nangpai Gosum 1).

9. Cette trajectoire ne voudrait pas laisser croire à une représentation irénique des carrières touristiques. Il faudrait d'abord décrire la dureté de l'investissement nécessaire à une telle « réussite » (jamais assurée). Au-delà, le pendant de cette minorité d'« élus » est la stagnation de la majorité des salariés, sans compter les nombreux échecs, parfois dramatique (un décès dans un pays sans protection sociale a une portée terrible).

10. L'Union Internationale des Associations de Guide de Montagne est une institution qui a défini et validé les standards « universels » du métier de guide de haute montagne. Les exigences en terme de savoirs, savoir-faire et techniques sont si élevées que seules une poignée de pays occidentaux disposent des moyens de délivrer ce diplôme qui permet, par exemple, à un guide certifié en France d'exercer son métier au Népal et interdit l'inverse.

asseur culturel qui se repositionne autant dans sa société (où il se prépare à soutenir la formation d'autres Népalais) que vis-à-vis de l'extérieur.

Aussi singulière soit cette trajectoire, elle condense de manière exemplaire les remaniements complexes liés à réappropriation de l'alpinisme. À l'instar du processus, « achevé » dans les Alpes au début du XX^e siècle, qui a vu passer les guides du statut d'auxiliaire dévoué à celui valorisé de « maître » de la montagne qui grimpe aussi pour son agrément, on assiste au Népal à l'affermissement de traits culturels alpinistiques indigénisés. Si, au contraire des chasseurs ou des cristalliers alpins, on ne trouve historiquement guère de trace d'engouements ludiques traditionnels pour l'escalade, force est de constater que la tradition du portage commercial par les cols ou le mythe d'une adaptation congénitale à l'altitude de certaines populations montagnardes nourrit parmi les professionnels locaux du tourisme un sentiment d'ajustement « naturel » vis-à-vis de la fréquentation de la haute montagne¹¹. Au passage, on pourrait se demander dans quelle mesure la sacralisation traditionnelle de certaines montagnes ne pourrait pas participer à nourrir l'élection (et donc les motivations) des *summiters* népalais¹². En tout cas, le fait de monter sur le point nodal d'une cime, ou encore la valorisation de l'altitude, font aujourd'hui sens (ce qui ne signifie pas envie) pour les Népalais. Plus encore, on assiste à une forme de stylisation locale des manières de grimper qui s'écarte de certains canons sportifs occidentaux modernes (prédilection pour la technicité, éthique du *fair means*) pour préférer des ascensions plus aménagées permettant de valoriser des critères de réussites plus élémentaires (nombre d'ascension, temps record).

Le symptôme le plus abouti de la réappropriation de l'alpinisme est sans doute la création en 2002 de la *Nepal Mountaineering Instructor Association* (NMIA) par un collectif d'une quinzaine de jeunes guides népalais particulièrement expérimentés et devenus instructeurs des formations autochtones au tourisme de montagne. Désireux de s'affranchir de certaines dépendances (aussi bien à l'égard des hiérarchies locales – qu'ils s'agissent des élites politiques ou des propriétaires des grandes agences touristiques – que des Occidentaux – guides de haute montagne ou tour-opérateurs) mais aussi d'acquérir une forme de reconnaissance symbolique, ces Népalais ambitionnent de parvenir localement aux standards UIAGM. Pour ce faire, ils ont par exemple traduit en 2005 en *nepali* un ouvrage technique sur l'alpinisme afin de favoriser l'apprentissage des savoirs et savoir-faire alpinistique auprès des professionnels du tourisme népalais (de la même manière, ils s'efforcent de multiplier les formations locales). Individus les plus ouverts à l'altérité (pas seulement au cours des expéditions, mais aussi parce qu'ils voyagent à leur tour en Occident – notamment en France), ces médiateurs sont non seulement en train de se réapproprier le goût ludique des ascensions en montagne¹³, mais aussi de le diffuser à leur tour.

11. « Je pense qu'on est fait pour les expéditions. En altitude, on est les meilleurs » m'expliqua par exemple Padam, un guide Népalais.

12. Ou dans une moindre mesure, ainsi que le suggère Krakauer [1998], si la cosmologie bouddhiste ne colore pas la responsabilité des professionnels népalais vis-à-vis des touristes.

13. Certains fréquentent ainsi régulièrement le mur d'escalade artificielle récemment construit à Kakani (dans les environs de Kathmandou) ou participent à l'équipement de celui de Pokhara. D'autres ont commencé à équiper de sites naturels d'escalade à proximité de la capitale.

Néanmoins ces initiatives individuelles ou collectives rappellent également que dans les coulisses de la rencontre expéditionnaire, l'essor de l'alpinisme est amplifié par un entrecroisement volontariste d'actions, d'associations et de réseaux transnationaux. Par exemple, depuis 1980, des guides de haute montagne français récemment regroupés dans une association (la « Fondation Yves Pollet-Villard ») se sont investis – avec le soutien de l'ambassade de France au Népal et de l'organisme qui assure leur formation en France, l'École Nationale de Ski et d'Alpinisme (ENSA) – dans le soutien matériel et la formation des montagnards népalais. Ils ont ainsi organisé et assuré des séries de cycles d'instruction au Népal (*basic course*), puis des formations des Népalais les plus expérimentés en France à Chamonix (*advanced course*). « La formation des montagnards népalais ambitionne d'abord de leur donner un bagage technique suffisant pour assurer leur sécurité et celle des gens qu'ils accompagnent. À terme, le but n'est pas d'arriver uniquement au niveau guide, mais c'est d'arriver à un niveau guide qui permette ensuite de donner la possibilité à ce pays de pouvoir effectuer lui-même cette formation » explique ainsi Jean Coudray, guide de haute montagne et un des professeurs de l'ENSA très impliqué dans l'apprentissage professionnel au Népal (il se définit lui-même comme « un militant de la coopération montagnarde »). « Mais – avoue-t-il ensuite – mon sentiment de réussite, il vient aussi lorsque je vois dans les yeux de mes stagiaires cette émotion, ce plaisir que l'on partage lorsque l'on arrive sur un sommet ou que l'on vient de réussir un beau passage ». Fondée sur le modèle d'apprentissage européen, cette tentative de greffe de techniques et de savoirs à finalité professionnelle apparaît souvent sous-tendue par une sorte de prosélytisme culturel visant à inculquer aux Népalais le goût de l'alpinisme « traditionnel » (amateurisme, valorisation de la difficulté technique). Depuis l'action d'organisations internationales (par exemple l'UIAGM, ou encore l'Union Internationale des Associations d'Alpinisme) jusqu'à des initiatives étrangères faiblement institutionnalisées (à l'image de *Namaste Himal*, il existe en France un grand nombre de soutiens, de formations et d'échanges « privés » à des Népalais) en passant par le rôle des institutions officielles autochtones (*Ministry of Tourism, Nepal Mountaineering Association* – destinée à promouvoir le tourisme de montagne), le développement du tourisme alpinistique au Népal est donc au cœur d'un maillage d'acteurs aux motifs et conceptions parfois divergentes.

Pour suivre ces entrelacs, il semble fécond de mettre en œuvre une ethnographie itinérante et *multi-sited* [Marcus, 1998] des différents sites où s'initie et se déploie l'alpinisme népalais. Cette étude sera centrée sur une observation minutieuse des activités qui se reconfigurent autour des Népalais intégrés dans les réseaux franco-népalais, en me centrant sur les membres de la NMIA. Il s'agit particulièrement de suivre les déplacements des acteurs en portant une attention soutenue, non aux lieux de transits suggérés par Marcus, mais aux espaces-temps d'apprentissages et de socialisation touristiques et sportives : des formations (en France et au Népal) aux activités commerciales (depuis les officines de Kathmandou comme à travers la toile internet), de l'encadrement expéditionnaire aux périodes de relâches. Face à un objet de recherche relativement désinsularisé (un ensemble professionnel disparate et étendu, des activités impliquant une

territorialité diffuse), c'est bien à travers les mouvements des gens, les sites qu'ils mettent en relation ou les idées et les objets qu'ils font circuler, que se dessinera progressivement l'unité d'observation.

Malgré des fonctions et des statuts encore incertains (guide, adjoint technique, porteur d'altitude), les professionnels népalais de l'alpinisme sont en train de (se) réinventer (à travers) une forme culturelle hybride. Observatoire des réalités complexes d'une société népalaise elle-même en mouvement, cette reformulation du tourisme expéditionnaire représente un objet d'étude particulièrement intéressant du fait que sa dynamique culturelle, insérée dans une circulation d'acteurs assez dense, est solidement nourrie par des agents de changement extérieurs. Si une ethnologie de la mondialisation est possible, c'est notamment par l'intermédiaire d'une observation minutieuse, au ras du sol, de la diffusion contrastée des idées, des artefacts et des objets. Par l'éventail des enjeux qu'il supporte comme des propriétés et des valeurs qu'il donne à réinterpréter, mais aussi parce qu'il se situe à la croisée de deux phénomènes majeurs du monde contemporain, le tourisme sportif de montagne au Népal peut être considéré comme un entre-lieu culturel [Turgeon, 1998] particulièrement stimulant où se donnent à voir les reconstructions identitaires dans des sociétés en situation de modernisation accélérée.

BIBLIOGRAPHIE

- ALLISON M., LUESCHEN G. [1979], « A Comparative Analysis of Navaho Indian and Anglo Basketball Sport Systems », *International Review of Sport Sociology*, vol. 14, n° 3-4, p. 75-86.
- APPADURAI A. [2005], *Après le colonialisme. Les conséquences culturelles de la globalisation*, Paris, Payot.
- ARCHETTI E. [1995], « Nationalisme, football et polo : tradition et créolisation dans la construction de l'Argentine moderne », *Terrain*, n° 25, p. 73-90.
- BELLEFON R. de [2003], *Histoires des guides de montagne (1760-1980)*, Cairn-Milan.
- BOUTROY E. [2004], *L'Ailleurs et l'Altitude. Alpinisme lointain et quête de la différence : Une ethnologie de l'himalayisme*, thèse d'anthropologie, C. Bromberger (dir.), Aix-en-Provence, 2 vol.
- DARBON S. [2002], « Pour une anthropologie des pratiques sportives », *Techniques et Culture*, n° 39, p. 1-27.
- DARBON S. [2003], « Pourquoi les Indo-Fidjiens ne jouent-ils pas au rugby ? », *Études rurales*, n° 165-166, p. 103-122.
- DIGARD J.-P. [2005], « Diffusion et diffusionnisme dans l'histoire des techniques équestres », Communication orale, Séminaire *Renouer avec l'étude ethnologique des processus de diffusion*, 16 décembre 2005, Aix-en-Provence.
- DOQUET A. [2003], « Construire l'authenticité mandingue : les balbutiements du tourisme dans le Mande (Mali) », 3^e Journées Scientifiques du Réseau Cultures, Identité et Dynamiques Sociales : *Pratiques associatives, stratégies identitaires et développement* (<http://www.cids.auf.org/jour3/doquet.rtf>, page consultée le 9 octobre 2005).
- FISHER J.F. [1990], *Sherpas. Reflections on change in Himalayan Nepal*, Berkeley, University of California Press.
- GUTTMANN A. [1978], *From Ritual to Record. The Nature of Modern Sports*, New-York, Columbia University Press.

- KRAKAUER J. [1998], *Tragédie à l'Everest*, Chamonix, Guérin.
- LEACH J.W. [2002], « Structure and Message in Trobriand Cricket », *Techniques et culture*, n° 39, p. 195-209.
- LÉVI-STRAUSS C. [1962], *La pensée sauvage*, Paris, Plon.
- LOUX F. [1988], *Guides de montagne, Mémoire et passions*, Grenoble, Didier-Richard.
- MARCUS G.E. [1998], « Ethnography in/of the World System. The Emergence of Multi-Sited Ethnography », in *Ethnography through Thick and Thin*, Princeton University Press, p. 79-104.
- ORTNER S.B. [1998], « The making and self-making of "the Sherpas" in early himalayan mountaineering », *Studies in Nepali History and Society*, vol. 3, n° 1, p. 1-34.
- RAMIREZ P., [2002], « La guerre populaire au Népal : d'où viennent les Maoïstes ? », *Hérodote*, p. 47-64.
- RASPAUD M. [2003], *L'aventure himalayenne. Les enjeux des expéditions sur les plus hautes montagnes du monde 1880-2000*, Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble.
- SACAREAU I. [1997], *Porteurs de l'Himalaya, le trekking au Népal*, Paris, Belin.
- SACAREAU I. [1999], « Les transformations d'une haute montagne par le tourisme : Le massif des Annapurna dans l'Himalaya du Népal », *Annales de Géographie*, janvier-février, n° 605, p. 21-45.
- TOFFIN G. [1988], « La montagne cosmique dans les mondes indien et tibétain : mont Meru et mont Kailas », *Le Monde alpin et rhodanien*, 1^{er} et 2^e trim., p. 13-29.
- TURGEON L. (éd.) [1998], *Les entre-lieux de la culture*, Sainte-Foy Les Presses de l'Université Laval
- URBAIN J.-D. [1991], *L'idiot du voyage. Histoires de touristes*, Paris, Payot.
- VENAYRE S. [2002], *La gloire de l'aventure. Genèse d'une mystique moderne 1850-1940*, Paris, Aubier.

Notes de lecture

Odile HOFFMANN, Adriana NAVEDA,
Sylvia NAVARRETE, Alfredo VANIN.
*Noires lumières. Mexique-Colombie –
Luces de raíz negra. México-Colombia*
Photographies Manuel González de la Parra,
Universidad veracruzana, Conaculta-Fonca –
IRD – Instituto Veracruzano de la Cultura,
2004, éd. bilingue français-espagnol.

Dans la constellation assez peu fournie de la littérature francophone sur les Amériques noires, cet ouvrage occupe une place à part par la forme, mais aussi par le fond. Il s'agit en effet d'abord d'un « beau » livre, d'un livre de photographies, dans lequel les textes ont une longueur réduite. En même temps, cet ouvrage contribue à faire connaître des populations d'ascendance africaine dont on parle rarement : celles qui vivent dans les Amériques de langue espagnole, dans des pays où elles sont minoritaires (20 % de la population totale en Colombie pour les estimations les plus hautes, mais seulement un demi pour cent au Mexique) et qui évoquent généralement de toutes autres images.

Le titre de l'ouvrage, « noires lumières » ou en espagnol « luces de raíz negra », correspond pleinement au contenu. Les photographies de Manuel González de la Parra sont avant tout lumineuses, de par la limpidité de leur construction, l'utilisation du noir et blanc et les sourires des enfants, qui sont le sujet de la majorité d'entre elles, surtout dans les deux premières parties, « images d'un paradigme » et « la vie ductile ». Sourires confiants, sans crainte, et qui ne font en rien allusion à d'éventuelles discriminations, comme le souligne d'ailleurs un des commentateurs, celui de Sylvia Navarrete. Celle-ci s'attache à décrire le contexte du travail du photographe, son approche et les techniques qu'il utilise, qui aboutissent à construire des images « mélancoliques et pudiques ». Pas de

scènes de violence ni d'évocation directe de la pauvreté, pas même d'allusion à la dureté de la vie, même au milieu des champs de canne à sucre, où se croisent regards songeurs ou rieurs et poésie des paysages¹. L'intention n'est à l'évidence pas de susciter la pitié ; les photographies donnent au lecteur un sentiment de sympathie et de proximité.

La tranquille affirmation de ces existences au travers des images a pourtant un sens politique, éclairé par le commentaire d'Odile Hoffmann et Adriana Naveda. La visibilité de ces personnes, en tant que d'ascendance noire, ne va en effet pas de soi, d'une part, du fait de la difficulté des sociétés à dire l'esclavage – tant du côté des descendants de ceux qui l'ont subi que de ceux qui l'ont organisé ou toléré – ; d'autre part, en raison de la question du métissage biologique et culturel, à la fois plus ou moins réel et plus ou moins fortement désiré et perçu par les sociétés nationales contemporaines.

Par un principe d'alternance systématique des photographies prises en Colombie et au Mexique, on perçoit rapidement que cette dernière question ne se pose pas dans les mêmes termes d'un pays à l'autre. Issues d'une même histoire tragique, celle de la traite, d'un même continent, l'Afrique, et alors que les origines précises ont été mélangées dès le départ², ces populations partagent une même expérience, le fait d'être « noires ». Cependant, comme le soulignent

1. La région de Tumaco, où ont été prises la plupart des photographies colombiennes, est pourtant une des plus pauvres du pays selon une série d'indicateurs ; et la récolte manuelle de la canne à sucre est un travail extrêmement pénible.

2. Mélanger les ethnies pour éviter la formation d'un esprit de groupe ayant fait partie de la volonté des propriétaires d'esclaves, comme le souligne C. Chivallon dans *La diaspora noire des Amériques. Expériences et théories à partir de la Caraïbe*, Paris, CNRS Éditions, 2004.

Odile Hoffmann et Adriana Naveda, « cette unité fondamentale disparaît aussitôt pour laisser place à une infinie variété de situations [...] ». Les portraits semblent confirmer qu'au Mexique, « à partir du XVIII^e siècle, le métissage fut intense entre noirs et indiens », alors que tel n'était pas le cas dans l'espace colombien, où les amérindiens étaient d'ailleurs moins nombreux³. L'espace des noirs mexicains, tel que montré par les photographies à travers l'architecture des maisons et leur environnement, semble peu différent de celui des paysans d'ascendance amérindienne, alors que les habitats sur pilotis des noirs colombiens sont sans conteste originaux – les rares photographies prises en ville, à Cali, ne montrent quant à elles que peu le contexte urbain. Les photographies de la quatrième partie, « la fête et le rite », particulièrement touchantes car elles captent les personnes dans les moments les plus chargés d'émotion de l'existence – la mort, l'institutionnalisation de l'amour, la foi – reprennent en partie l'opposition entre des familles mexicaines pleinement plongées dans l'univers latino-américain (comme semble en faire foi la vierge de Guadalupe accrochée au mur de la « comadre » Matilda) et des familles noires des Andes dont les sens se différencient de celles des « indigènes ».

Dans quelle mesure le choix de localités spécifiques influe-t-il sur l'image qui est finalement donnée de ces deux populations noires ? On pourrait penser que des photographies prises dans les « quelques petites régions de population noire » de la côte pacifique du Guerrero et Oaxaca auraient pu montrer différemment la « population noire » mexicaine, alors que du côté colombien la région choisie, celle de Tumaco, où les esclaves en fuite ont vécu dans un certain isolement, n'est pas comparable par exemple à celle de Carthagène. Les photographies ne prétendent certes pas à une représentativité. Par ailleurs, le commentaire de O. Hoffmann et A. Naveda remet en perspective la prégnance des contextes nationaux. Ces précisions sont importantes, dans la mesure où on ne touche pas là seulement à l'histoire mais

également à des décisions politiques encore en train de se jouer à l'époque contemporaine. O. Hoffmann et A. Naveda parlent globalement de « deux modèles pratiquement opposés » : du côté mexicain, un État fort, ayant imposé le précepte de l'identité nationale ; du côté colombien, un État impuissant, une identité nationale peu affirmée. Les évolutions politiques favorables aux minorités sont ainsi plus rapides en Colombie qu'au Mexique.

La volonté de défendre ses droits en tant que personne noire est pleinement compréhensible dans la mesure où, dans le prolongement de siècles de légitimation de la violence esclavagiste par l'apparence phénotypique de ses victimes, cette population reste aujourd'hui partout discriminée. On touche ici à ce qui fait l'unité de ces populations, la « confrontation longue et sans cesse réactualisée avec cet univers de sens quadrillé par la puissance de l'autre », pour reprendre une expression de Christine Chivallon (*op. cit.*, p. 234). Les photographies de la troisième partie, intitulée « réplique de l'habituel », mettent l'accent aussi bien pour le Mexique que pour la Colombie sur la continuité historique : les descendants des esclaves africains, importés pour cultiver la canne à sucre, restent des travailleurs du sucre ou d'éternels fugitifs vivant au bord du monde, loin dans la forêt, pêchant pour assurer leur subsistance. C'est cependant seulement dans les poèmes, qui ouvrent trois des quatre parties du livre, qu'on trouve des allusions à la violence. Alfredo Vanín y utilise un vocabulaire puisant dans le registre de la mort, de la souffrance, de la destruction.

Au total, l'ouvrage, comme un puzzle, construit par touches un ensemble d'images rendues par la photographie et par les textes, qui contribuent à faire sentir et comprendre à la fois une histoire collective et des expériences de vie marquées par la diversité des territoires. Accessible à tous, il invite à voir les personnes photographiées dans leurs particularités et leur beauté propre, mais aussi à prendre conscience des torts qui peuvent encore de nos jours leur être faits, paradoxalement parce que leurs ancêtres ont été les victimes d'actes d'une extrême barbarie. La traduction en français de cet ouvrage, dans le cadre des liens institutionnels et personnels qui unissent ses auteurs mexicains, colombiens et français, prend tout son sens dans la mesure où l'Europe occidentale, et singulière-

3. L'histoire préhispanique et coloniale des deux régions aujourd'hui centrées sur le Mexique et le Pérou fut à bien des égards différente de celle des autres régions de l'Amérique hispanique, ce qui peut contribuer à expliquer certaines des particularités des États actuels.

rement la France, ont largement participé à cette construction historique. C'est notre regard aussi qu'il s'agit de modifier définitivement, à l'aide de ces photographies, pour que les rêves légitimes du jeune John Jairo, « dont les songes paraissent prendre leur vol vers le point de fuite d'un estuaire », comme le dit joliment Sylvia Navarrete, et les sourires radieux des enfants – pour certains déjà devenus de jeunes adultes depuis la date de ces portraits – ne se heurtent pas encore et toujours à la discrimination.

Évelyne Mesclier

Edward M. BRUNER

Culture on Tour : Ethnographies of Travel

Chicago-London, New York University,
University of Chicago Press, 2005. x +
308 p., illustrations, references, index.

Among American anthropologists, Edward Bruner is probably the most associated with the study of tourism and the most prolific on the topic. *Culture on Tour* is a widely welcomed collection of nine of his essays, all but one previously published (six of them between 1993 and 1999). Taken as whole, this collection offers an interesting and coherent approach to one kind of tourism – displays of specific heritages at well-defined tourist sites – as he has observed it in a variety of settings (notably in Kenya, Ghana, Indonesia, US). This collection also offers a useful indication of the current state of tourism studies within American Anthropology.

Since the early 1990s, this domain has become an increasingly respectable one among anthropologists in the US, largely in connection with our discipline's flirtation with Cultural Studies during the same period. Tourism has been an important topic in that emergent field, and anthropological work has been strongly influenced – both positively and negatively – by approaches associated with Cultural Studies scholarship. That pattern is clearly in evidence in this collection.

It is also noteworthy that edited volumes remain the preferred genre within this domain. To date, very few book-length English-language ethnographic monographs on tourists or tourism have been published by professional anthropologists. This is curious, in view of the plethora of edited

volumes grouping anthropological work on the topic that have appeared in recent years⁴. Several explanations are possible. Many anthropologists may lack sufficient material or interest for a full-length study because tourism is a topic incidental to their primary research focus. It is also possible that the anthropology of tourism – at least in the US – remains an enticing topic in search of a compelling problematic consistent with our discipline's premises and methods. Bruner's collection describes a launching pad that appears both promising and frustrating in this regard.

Since the early 1990s, Edward Bruner has published a steady stream of articles on tourism. Now retired from the University of Illinois, he began his career in the 1950s and made his name as a specialist of culture change, social organization, and urbanization among the Batak of Sumatra. He was drawn to the study of tourism by his interest in the *processes* by which culture is *constructed* through the *interactions* of various categories of persons having contrasting perspectives and beliefs. Culture, he frequently reiterates, is inherently « emergent » (meaning, I gather, in flux) and for him, the most interesting processes of cultural production include *performance* and *story-telling*, in literal as well as metaphorical senses. He sees tourist destinations, especially those located in the Third World and offering performances of the heritage of a particular (local) group for the entertainment of a culturally very different group of tourists, as especially instructive sites where such culture-producing processes are readily observable.

His work clearly participates in the « literary turn » that has marked much of American Anthropology since the 1980s and accounts for the attraction of (largely literary) Cultural

4. e.g. Simone Abram, Jacqueline Waldren, Donald Macleod (ed.), *Tourists and Tourism: Identifying with people and places*, Oxford, Berg, 1997 ; Jeremy Boissevain (ed.), *Coping with Tourism: European reactions to mass tourism*, Providence RI, Berghahn Books, 1996 ; Simon Coleman and Mike Crang (ed.), *Tourism : Between place and performance*, New York, Berghahn Books, 2002 ; Sharon Bohn Gmelch (ed.), *Tourists and Tourism : A reader*, Long Grove IL, Waveland Press, 2004 ; Valene L. Smith (ed.), *Hosts and Guests : The anthropology of tourism*, Philadelphia, University of Pennsylvania Press, 1977 [2nd ed. 1989].

Studies. His focus on performance, stories, narration as well as his interest in borders, transgressed boundaries, hybrid genres, and post-modernity all signal this connection. So does the fact that although he sometimes refers to the political or economic contexts in which tourist destinations develop, these dimensions remain the sketchy background rather than the focus of his analysis; he is much more interested in the cultural forms produced than in the material circumstances that make them possible or the social organization of those involved.

At the same time, however, he insistently distinguishes his work from that of Cultural Studies scholars. For example, he repeatedly asserts that as an ethnographer, he (unlike they) grounds his analyses in serious empirical research based on observations of the experience of real people in particular places, rather than in armchair ruminations about the meanings of tourism in general. Further, in almost every essay he explicitly rejects the usefulness of the concept of *authenticity* as an analytical tool in tourism studies⁵. His arguments vary: authenticity might be relevant to works of art, but because culture in its anthropological sense is inherently emergent, it is meaningless to talk about true or false forms; the crucial issue is not *what* may be judged authentic or not, but rather *who* has the power to make such judgments; many tourists are mainly interested in seeing a good show and care little about its truth value.

In *Maasai on the Lawn*, his best known essay, Bruner considers the tourist spectacle offered at a Kenyan ranch. He interprets this performance, combining Maasai dancing with a colonial tea party, as a nostalgic return to the past co-produced through the complex relationship between the British ranch owners and the Maasai performers. Here, he argues, "authenticity" is beside the

point; what is on display is "tourist realism". In noting his difficulty in making much contact with any of these actors outside the frame of their performance, he refers to – but does not pursue – an important methodological challenge for ethnographers of tourism.

In most of his other essays, Bruner illustrates the idea that any particular culture, site or heritage lends itself to a variety of contrasting displays and meanings. For example, in *The Maasai and the Lion King*, he compares three Kenyan sites of Maasai performance, each appealing to a different audience. He argues that the strikingly different performance styles and versions of culture on display are *historically* situated: the ranch offers postcolonial nostalgia juxtaposing primitive natives and civilized Englishmen; a government-owned eco-museum shows traditional and modern Kenyans in a nationalist display; an elite safari camp provides a post-modern bricolage of media images of Africa. In *Slavery and the Return of the Black Diaspora*, his focus is on the multiple meanings attributable to a single site, using the case of a castle on the Ghanaian coast that figured in the North Atlantic slave trade and now draws many African-American tourists. Bruner contrasts their attraction to the site with its meanings for Ghanaians. For the former, the visit to Ghana is a return to an ancestral homeland and the place of slave embarkment a defining part of their heritage. Ghanaians, on the other hand, are more inclined to see African-Americans as privileged foreigners than as lost cousins, and give little importance to the history of slavery in their own heritage. Finally, in *Taman Mini*, Bruner points to ethnic theme parks as a type of tourist destination lending itself to cross-national comparison. Here, he focuses on an Indonesian park, comparing analyses by (mainly American) anthropologists of this and similar sites to the reactions of Toba Batak tourists visiting a pavilion displaying their own culture. Foreign scholars, he notes, have generally argued that such displays of minority cultures are ahistorical, based on a limited and often inaccurate cultural inventory, and frequently dedicated to a nationalist project. Toba Batak tourists, in contrast, use their deep familiarity with their own culture to decode its display differently: they recognize (or read in) culturally specific, symbolically charged, and emotionally meaningful elements, enjoying these as part of ongoing pro-

5. Bruner, like many scholars of tourism, engages with Dean MacCannell's argument (*The Tourist: A new theory of the leisure class*, Schocken Books, 1976) that tourists are generally motivated by the search for authenticity as an alternative to their own alienated lives. MacCannell has said that much of the criticism of this point is based on a misunderstanding: he never claimed that « authenticity » really exists, only that people think they can find it somewhere away from their everyday lives.

cesses of cultural production rather than seeing a dead or distorted museum piece. Although he insists here, as in his other essays, that neither view is more "true" than the other, one gets the sense that he is more persuaded by his Batak informants than by his professional colleagues.

Like most American anthropologists of tourism, Bruner is mainly concerned with Third World destinations. Because he is interested in the ways that culture is produced through the encounter of very different categories of persons, displays for Western audiences at exotic sites are especially pertinent to him. But Third World destinations remain marginal to tourism globally: most tourism involves people from the First World visiting their own or other Western countries. There is some danger, it seems to me, in drawing over-hasty inferences about tourism-in-general based on observations in the Third World.

An interesting corrective is promised by two essays drawn from observations in New Salem Illinois, a reconstruction of the town where Abraham Lincoln lived as a young man. These offer an opportunity to elaborate terms of comparison between foreign and domestic tourism, a line of investigation mentioned in several other essays, as well as comparisons of First and Third World tourist performances. Bruner's treatment of New Salem, however, is strikingly similar to those inspired by other settings. In *Lincoln's New Salem as a Contested Site*, he contrasts the concern for historical accuracy among professional historians and curators with the general public's preference for versions of Lincoln's story that reinforce powerful national myths (especially of the "self-made man"). In *Abraham Lincoln as Authentic Reproduction*, Bruner challenges the meaning of "authenticity" in this kind of setting, as well as its usefulness as an analytical tool, urging instead that we attend to the multiple meanings of heritage sites for their various participants.

The diversity of cases treated in this collection is simultaneously a strength and a weakness. The material is certainly fascinating and suggestive, and the fundamental points well-taken. But these also seem very familiar, and the social categories deployed (e.g. modernist/postmodernist, Ghanaians/African-Americans, foreign scholars/domestic tourists, curators/general public) a bit cru-

de. In each case, the data beg more careful analysis of the relevance of different kinds of *relationships to a given heritage* (potentially a vector of distinction between foreign and domestic tourism), but also of the variable *degrees and kinds of cultural or social difference* among the actors involved (perhaps a more useful device for conceiving distinctions between the dynamics of Third and First World destinations). Such analysis might move us beyond the *description* offered here, toward *novel understandings* of the processes by which certain images or ideas acquire meaning for one or another group. To push farther in these directions would undoubtedly require addressing the methodological challenges alluded to above and undertaking more in-depth ethnographic research than is offered here.

Edward Bruner has certainly played a key role in demonstrating the interest of tourism as a topic of anthropological inquiry. He has collected an intriguing body of data, and has begun to explore why tourist productions matter, as well as how they are made and experienced by a wide array of social actors. There remains, though, a nagging flatness to these essays, a sense that this journey never quite gets off the ground, but keeps circling back to the same starting point. This rich material suggests that tourism – including the heritage tourism treated here – is important and fascinating, both for itself and as a source of insight into the human condition. One comes away from these essays with the conviction that there **MUST** be a compelling ethnographic problematic somewhere just around the corner. It is not revealed here, but Bruner brings us tantalizingly close.

Susan Carol Rogers

Georges COURADE
L'Afrique des idées reçues
Paris, Belin, 2006, 400 p.

Un tour de force. Voici l'ouvrage qu'attendaient tous ceux qui connaissent bien l'Afrique subsaharienne : un inventaire critique et démystificateur des idées reçues, préjugés et autres caricatures ou illusions concernant ce sous-continent trop souvent présenté comme en perdition.

Œuvre difficile dès lors que l'objectif est de couvrir une vaste palette de sujets en les analysant de manière concise, claire, rigou-

reuse et nuancée. Œuvre d'autant plus difficile qu'il s'agit de récuser un afro-pessimisme simpliste sans verser dans son contraire qui serait inéluctablement, lui aussi, chargé de bien des idées reçues.

G. Courade, le maître d'ouvrage, directeur de recherche à l'IRD, a réussi ce tour de force préparé de longue main par ses enseignements et encadrements d'étudiants et doctorants. Son expérience de terrains variés, ses responsabilités de rédacteur en chef de la revue *Politique Africaine* et surtout ses compétences multidisciplinaires et son souci permanent de vulgariser les résultats de la recherche africaniste le désignaient pour relever ce défi.

Il a su mobiliser une trentaine d'auteurs, dont beaucoup de jeunes, pour passer au tamis une cinquantaine « d'idées reçues » dans un cadre résolument pédagogique. Chaque sujet est traité en 5 pages complétées d'environ 2 pages de notes, de quelques références bibliographiques et de sites électroniques.

Comme le précise G. Courade dans son avant-propos, l'ambition, au fil des contributions, n'est pas seulement de démonter poncifs, préjugés, illusions technocratiques mais aussi d'analyser les ressorts profonds des évolutions et les éléments de réflexion que plusieurs décennies de recherche ont permis d'accumuler.

Ce livre s'adresse à tout public intéressé par l'Afrique, aux acteurs de la coopération, aux étudiants. Selon moi, il devrait être le livre de référence des journalistes traitant de l'Afrique.

Dans une introduction d'une quarantaine de pages, G. Courade fait ressortir les visions d'ensemble – contradictoires selon les responsabilités que les promoteurs d'idées reçues veulent stigmatiser – produites par ces idées reçues : Afrique criminelle ou victime, Afrique exploitée ou suicidaire. Puis il recherche, avec beaucoup de finesse, l'origine de ces idées reçues en explorant trois voies : les projections occidentales d'abord ; l'isolement, les lourds héritages et l'hostilité du milieu naturel ensuite ; une démographie suicidaire et le refus du développement enfin. Chemin faisant il effectue une véritable et originale synthèse.

Face aux idées reçues. L'ouvrage présente 51 idées reçues regroupées en 5 thèmes structurant les représentations communes de

l'Afrique subsaharienne : l'Afrique est riche mais les Africains dilapident les ressources ; les réinterprétations du passé et les occultations présentes ; des comportements irrationnels et des mentalités rétrogrades ; le progrès doit être imposé à des paysanneries archaïques ; l'évolution future de l'Afrique.

Donnons pour chacun de ces thèmes le titre d'une idée reçue : les feux de brousse épuisent les sols ; les ethnies ont une origine précoloniale ; les Africains sont tous polygames ; les organisations paysannes ne défendent pas les intérêts des agriculteurs ; l'économie informelle est la voie pour un développement à l'africaine.

Les titres de chapitres, qui, c'est entendu, doivent faire court et fort, risquent de dérouter le lecteur car parfois trop schématiques, parfois ambigus, parfois loin de refléter une idée largement reçue. En fait, toute l'originalité et la difficulté de l'ouvrage sont là. S'il ne s'intitule *l'Afrique des préjugés* c'est parce que chaque idée reçue a sa part de vérité difficilement contestable.

Chaque auteur commence par analyser cette part de vérité et pourquoi l'idée séduit, à l'aide de faits, exemples, chiffres. Il lui revient ensuite d'en montrer les limites ou le caractère erroné, avec les mêmes armes et d'en critiquer surtout la généralisation induite. Ce qui donne en 5 pages un ensemble de savoirs et d'analyses particulièrement riche. Peu importe alors l'ambiguïté de titres puisqu'il ne s'agit pas de répondre : vrai ou faux !

Tous les auteurs montrent que les situations sont complexes, variées, enchâssées dans une histoire toujours en devenir et, à certains égards, étonnamment innovante. Face à l'idée reçue, certains auteurs sont conduits à trancher nettement à son encontre, d'autres à nuancer fortement, presque tous à la recadrer dans une réalité historique ou un cadre théorique plus vaste et plus complexe qui en conditionne la pertinence.

Il y a plusieurs catégories d'idées reçues. Celles franchement négatives, les plus nombreuses (le tribalisme explique tous les conflits, l'Afrique n'est pas prête pour la démocratie, les commerçants sont des spéculateurs et des exploités). D'autres, tout aussi reçues bien que plus rares, qui positivent (la solidarité africaine relève de la générosité, les sociétés villageoises sont égalitaires). Celles aussi qui visent la respon-

sabilité des pays du Nord (la traite négrière est le seul fait des Européens, les frontières sont pénalisantes). Enfin celles qui traitent de questions de fait (la forêt recule, le désert avance, le sida va rayer l'Afrique de la carte du monde). L'ouvrage est tout sauf un pamphlet pointant telle ou telle responsabilité. C'est un pamphlet contre l'ignorance, les préjugés, les simplifications abusives.

Il ne se lit pas d'un trait. Les chapitres sont nombreux et divers. Leur brièveté conduit certains auteurs à des énumérations trop succinctes. À côté de remarquables essais de synthèse on trouve quelques chapitres trop anecdotiques ou redondants. On se prend alors à regretter qu'il n'y ait pas un peu moins de chapitres pour une ou deux pages supplémentaires sur les sujets les plus importants.

Mais ceci n'est que brouilleries. L'étonnant est qu'il y ait si peu à redire sur l'essentiel de si nombreux sujets. Pour ma part j'ai deux insatisfactions seulement. La première est relative au chapitre sur la démocratie, trop limité à la représentativité démocratique des gouvernements, sans évoquer une réalité essentielle : les sociétés africaines, justement en raison de leurs héritages, contraintes et contradictions sont éminemment politiques. La seconde insatisfaction concerne le thème urbain, abordé seulement au chapitre intitulé « La ville en Afrique est une création coloniale ». La question de l'existence ou non de villes précoloniales est beaucoup moins importante que celle des formes et modalités de l'urbanisation africaine actuelle qui, à certains égards, est bien une nouvelle création.

Un ouvrage sans conclusion ? G. Courade a donc su relier l'ensemble des contributions par le fil d'une analyse globale et subtile des causes et effets de cette vaste palette d'idées reçues. Mais il ne va pas plus loin. Il ne conclut pas sur la question inéluctable : toute idée reçue remise à sa juste place, quel avenir pour l'Afrique ?

Cette absence de conclusion est conforme à l'objectif de l'ouvrage d'éviter tout simplisme binaire. Et délivrer quelque message sur l'avenir ce serait, sinon une idée reçue, du moins une idée préconçue.

Mais, à mon sens, il y a une conclusion implicite qu'il eût été utile de suggérer. Je la formulerais ainsi : de ce panorama – de savoirs accumulés et partagés par les bons connaisseurs de l'Afrique, tout autant finale-

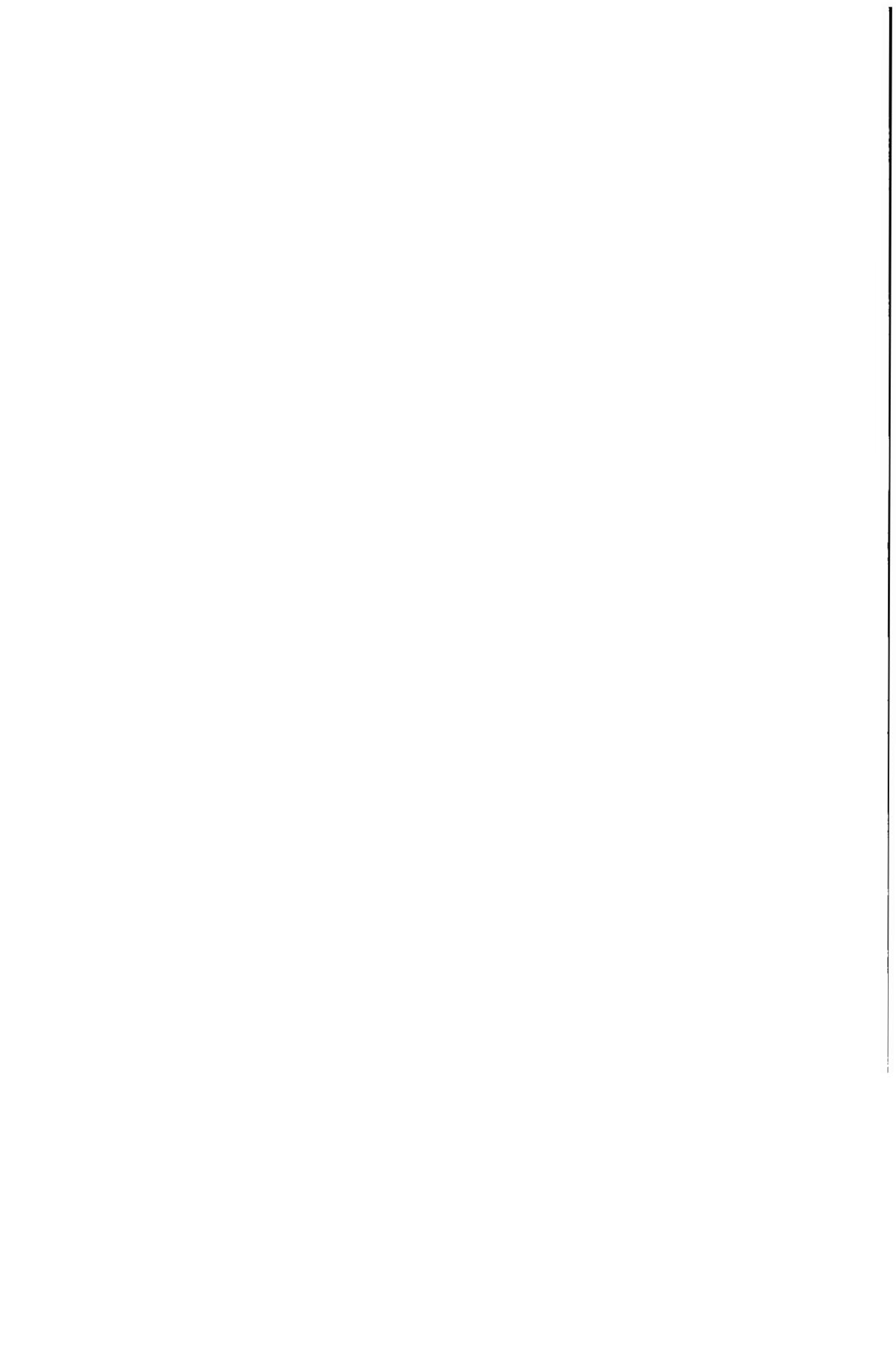
ment que d'idées reçues – ressortent certaines caractéristiques des populations et sociétés africaines. Elles sont d'une extrême diversité, d'une complexité largement sous-estimée et surtout elles sont changeantes, mobiles, d'une remarquable vitalité, à même de concilier des normes et valeurs plurielles apparemment contradictoires, aptes à survivre avec une ingéniosité toujours surprenante dans des conditions très contraignantes.

Et en regard de cette effervescence vivace et exubérante, il y a des ressources *en réserve*. Réserves naturelles mais aussi et surtout dynamiques et capacités d'adaptation et d'innovation des femmes et des cadets scolarisés, inventivité politique de forces sociales émergentes.

On peut alors parier que – quand, comment et pourquoi nul ne peut le savoir encore – surgira de ce chaudron bouillonnant un *jet*, un *projet* collectif (les mots manquent ici) qui donnera sens, cohésion et singularité à ces dynamismes souterrains et contradictoires.

Si d'aucuns veulent y contribuer, qu'ils commencent par favoriser les recherches démythificatrices des idées reçues et surtout par s'employer à en diffuser les incontestables résultats. Comme il en est de cet ouvrage et de son maître d'œuvre.

Gérard Winter



Résumés

Saskia COUSIN, De l'UNESCO aux villages de Touraine : les enjeux politiques, institutionnels et identitaires du tourisme culturel

Le tourisme culturel est présenté par les acteurs politiques et institutionnels comme un tourisme qui serait à la fois bon pour l'économie des territoires, salvateur pour les sites culturels en mal de visiteurs, respectueux des populations et de leur environnement, constructif pour les touristes. L'objectif de cet article est double : comprendre comment la doctrine du tourisme culturel s'est constituée comme l'idéologie positive du tourisme et tenter d'en analyser les enjeux. Dans ce but, on propose une analyse des politiques et des discours de l'Unesco, du Conseil de l'Europe, des ministères de la Culture et du Tourisme français et de quelques collectivités locales françaises en région Centre. Quelques exemples permettront de développer l'idée selon laquelle le « tourisme culturel » est devenu un enjeu de pouvoir et un outil politique et identitaire, même – surtout ? – lorsqu'il n'est pas « rentable » d'un point de vue économique.

• Mots-clés : Tourisme culturel – identité – économie, institutions – Europe – Touraine – Unesco – anthropologie politique.

Céline CRAVATTE, La construction de la légitimité du tourisme solidaire, à la croisée de différents registres mobilisant le lien avec la « population locale »

Cet article analyse le discours collectif forgé par les associations qui se sont regroupées au sein du groupe « tourisme solidaire » de l'Union Nationale des Associations de Tourisme (UNAT) depuis 2001. Il montre comment ce groupe crée les frontières d'un espace professionnel, militant et marchand. Il s'appuie sur et s'oppose à deux domaines : la solidarité internationale dont les formes

caritatives sont dévalorisées ; le tourisme dit classique, qui englobe le tourisme industriel mais aussi le tourisme d'aventure. Il construit ainsi face au client un tourisme utile à la population locale. La qualification du lien avec l'autre y est centrale. La mobilisation de la catégorie de « population locale », présente conjointement dans les domaines du tourisme et du commerce équitable, permet à ce groupe de s'assurer une légitimité qui le différencie d'autres formes de tourisme. Au sein même de ce groupe, nous mettons en avant les différents registres de la relation légitime avec cette population locale mobilisés par les associations, qui peuvent entrer en tension.

• Mots-clés : Tourisme solidaire – discours – commerce équitable – tourisme d'aventure – échange – légitimité.

Nadège CHABLOZ, Vers une éthique du tourisme ? Les tensions à l'œuvre dans l'élaboration et l'appréhension des chartes de bonne conduite par les différents acteurs

La recherche d'une éthique du tourisme passe notamment par l'élaboration de chartes et de codes de bonne conduite. Cet article analyse - à travers une observation participante de tourisme solidaire dans un village « TDS » du Burkina Faso - l'élaboration de règles participant à la contractualisation d'un partenariat censé réguler des conduites lors d'échanges internationaux et les limites de ce partenariat. Il montre comment ces « règles de bonne conduite » sont appréhendées par les différents signataires de la charte et comment elles sont appliquées sur le terrain. L'analyse de l'appropriation, du détournement ou du rejet de ces règles par les différents protagonistes de la rencontre touristique - que ce soient les touristes, les villageois ou l'ONG de développement - permet de mieux comprendre les décalages

de représentations qui existent entre les discours et les textes produits sur la « morale » de la rencontre touristique, et leur appréhension par les différents acteurs.

- Mots-clés : Tourisme solidaire – éthique – chartes – limites – application sur le terrain – Burkina Faso – interactions.

Sébastien BOULAY, Le tourisme de désert en Adrar mauritanien : réseaux « translocaux », économie solidaire et changements sociaux

Cet article traite de la naissance récente d'un tourisme organisé en Adrar mauritanien, proposant notamment des circuits de randonnée dans le désert, agrémentés de visites de sites historiques. Ce type de tourisme, souvent habillé par ses opérateurs d'une idéologie « solidaire », favorise des circulations de personnes et de cultures, de projets et de ressources, et la naissance de liens entre professionnels, visiteurs et visités. Ce texte examine d'abord le rôle de ces circulations dans la genèse de nouveaux réseaux sociaux, puis interroge la notion d'« économie solidaire », les enjeux et stratégies qu'elle dissimule, et enfin analyse l'assimilation locale de cette nouvelle ressource et les changements sociaux et identitaires par lesquels cet effort d'adaptation se traduit.

- Mots-clés : Tourisme – désert – randonnée – circulation – réseau – partenariat – développement – changement – patrimoine – identité.

Sandrine GAMBLIN, Trois expériences égyptiennes de la rencontre touristique

Avec 8,5 millions de visiteurs étrangers et 7 milliards de dollars de recettes touristiques en 2005, le tourisme représente en Égypte un secteur stratégique de développement économique. Nous proposons dans cet article d'aller à la rencontre de trois individus dont le point commun est d'être, par leur lieu de résidence et leur activité professionnelle, en contact quotidien avec les touristes étrangers. Au-delà des parcours individuels, ces témoignages nous donnent à comprendre les transformations d'une société où les processus d'individuation sont largement contraints par la morale dominante. Le tourisme devient une éventuelle ressource de promotion sociale et individuelle qui fait de la rencontre touristique un espace interstitiel où la négoc-

iation des identités et la cohabitation des valeurs pourraient être rendues possibles. Ces hommes sont constamment à la recherche de modalités d'actions transversales qui leur permettent de concilier des mondes qui souvent s'entrechoquent plus qu'ils ne se rencontrent.

- Mots-clés : Égypte – Louxor – oasis – tourisme international – rencontre touristique – stratégie matrimoniale, – identité – altérité – bédouin.

Emmanuel GRÉGOIRE, Tourisme culturel, engagement politique et actions humanitaires dans la région d'Agadès (Niger)

Berceau du pays touareg nigérien, la région d'Agadès fut jusqu'à la rébellion (1991-1995) une destination touristique prisée dont l'attrait reposait largement sur l'exploitation du « mythe » touareg. Loin de vouloir gommer les spécificités culturelles, les touristes cherchaient, au contraire, à appréhender la société locale qui a toujours fasciné les Européens. Cet engouement s'est traduit par un soutien inconditionnel à la rébellion : tout un *lobby* pro-touareg mobilisé par Mano ag Dayak, figure emblématique régionale, prit fait et cause pour elle malgré sa méconnaissance du « problème » touareg, société qu'il ne connaissait qu'à travers ses aspects folkloriques. La rébellion terminée, cet attachement s'est traduit par un engagement humanitaire destiné à venir en aide à une population touchée à la fois par le conflit et des épisodes de sécheresse répétés : plusieurs ONG virent ainsi le jour après un séjour dans l'Air ou le Ténéré de leurs membres fondateurs. L'article se propose d'analyser de quelle manière les Touaregs, avec à leur tête Mano ag Dayak, ont utilisé le « mythe » pour développer le tourisme, mais aussi amener leurs visiteurs à un engagement politique et humanitaire en leur faveur.

- Mots-clés : Tourisme – rébellion – aide humanitaire – ONG – mythe touareg – Agadès.

Mahalia LASSIBILLE, Les danses woDaaBe entre spectacles touristiques et scènes internationales : les coulisses d'une migration chorégraphique

Des WoDaaBe, ce sont principalement leurs danses qui sont connues et diffusées dans nos sociétés. Ainsi, les touristes venus au

Niger demandent à voir ces manifestations qui les fascinent tout comme les WoDaaBe le leur proposent. Leurs danses s'inscrivent dès lors dans différents cadres de négociations, en brousse mais aussi en ville, lors de festivals à l'étranger. Or, loin de constituer des occasions de danse juxtaposées, elles se développent en interactions et passent par des réseaux transnationaux mettant en relation différents acteurs : des touristes conquis qui démarchent des festivals au nom des WoDaaBe, des festivals qui fonctionnent en réseaux et des WoDaaBe désormais organisés en de multiples associations et ONG. Et l'enjeu, loin de se limiter à une simple représentation dansée, se révèle être tant économique que social et politique. Cet article se propose, par une étude contextualisée mais multisituée, de considérer les réseaux mobilisés pour aboutir à la réalisation de ces danses sur nos scènes et les enjeux politiques et identitaires locaux qu'elles engagent.

• Mots-clés : WoDaaBe – Peuls Bororos – Niger – danse – Afrique – tourisme culturel – spectacle – festival de danses folkloriques – mondialisation – réseau.

Monica LACARRIEU, Touristes et « non-touristes » dans le monde de l'interculturalité. Un regard à partir du patrimoine immatériel

Le but de cet article est d'analyser les rapports, à l'occasion conflictuels, qui s'établissent entre le tourisme culturel et le patrimoine immatériel, et de la même manière, ceux qui résultent des interactions entre touristes et amphitryons. En partant de l'importance acquise par la construction d'« hyper-localités » dans le contexte des flux transnationaux de touristes, de migrants

et de natifs, il nous semble essentiel de réfléchir de façon critique aux pré-concepts qui unifient romantiquement le tourisme culturel et le patrimoine immatériel, ainsi qu'aux processus de construction du tourisme/tourisme culturel dans sa rencontre avec le « natif ». Nous traiterons cette problématique à partir de cas empiriques en Argentine et à Buenos Aires.

• Mots-clés : Tourisme culturel – patrimoine immatériel – Argentine – Buenos Aires.

Olivier EVRARD, L'exotique et le domestique. Tourisme national dans les pays du Sud : réflexions depuis la Thaïlande

Alors que le tourisme constitue un objet de recherche en sciences sociales depuis maintenant presque quatre décennies, l'étude du tourisme domestique (ou national) dans les pays du Sud reste balbutiante. Rien, ou si peu, n'est écrit à ce propos, sinon en concevant les touristes du Sud comme des copies conformes à leurs modèles occidentaux. Cet article utilise des exemples tirés principalement de la Thaïlande, pour tracer le contour de cet « Autre touriste ». Ce faisant, il met à jour moins des comportements différents que des désirs asymétriques et insiste sur les liens entre nationalisme et tourisme domestique dans les pays du Sud. Il invite également à donner à l'anthropologie du tourisme une perspective plus large : non plus seulement le « voyage d'agrément », ludique ou existentiel, mais aussi l'ensemble des rapports de forces déterminant l'accès à la mobilité dans la société globalisée.

• Mots-clés : Anthropologie du tourisme – Thaïlande – mobilité – violence – nationalisme – groupes ethniques – nostalgie – asymétries.

Abstracts

Saskia COUSIN, From UNESCO to the villages of Touraine: the political, institutional and identity issues in cultural tourism

Cultural tourism is portrayed by political and institutional actors as a kind of tourism that combines benefits for the local and regional economies with some salvation for cultural sites short of visitors, is respectful of local people and their environment and constructive for the tourists. This article has a two-fold objective: gain understanding of how the doctrine of cultural tourism has built up as the positive ideology of tourism and attempt to analyse the issues involved. Examination is made of the policies and argumentation of Unesco, the Council of Europe, the French Ministries of Culture and Tourism and of certain local authorities in the Centre region of France. Some examples open the way to developing the idea that "cultural tourism" has become a power issue and a political and identity-affirming tool, even – or especially? – when it is not "profitable" from an economic point of view.

• Key-words : Cultural tourism – identity – economy, institutions – Europe – Touraine – Unesco – political anthropology.

Céline CRAVATTE, The construction of the legitimacy of solidarity tourism, at the meeting point of different levels activating the link with the "local population"

This article examines the collective ethos and argumentation forged by the associations gathered together since 2001 within the "solidarity" tourism group of the *Union Nationale des Associations de Tourisme* (UNAT). It shows how this group sets up the boundaries of a space that is at once professional, activist and commercial. It is based on and contrasts with two fields: international solidarity whose charitable forms have been

devalued; the so-termed classical form of tourism, which embraces mass tourism but also adventure tourism. The group thus devises for the client a tourism useful for the local population. The valued emphasis on the link with the Other is a central point. Calling on the category of "local population" present jointly in the fields of tourism and fair trading enables this group to ensure it has a legitimacy which distinguishes it from other forms of tourism. Within this group are also highlighted the different levels of legitimate relationship with this local population that are brought into play by the associations, which can create tensions between them.

• Key-words : Solidarity tourism – discourse – fair trading – adventure tourism – exchange – legitimacy.

Nadège CHABLOZ, Towards an ethics of tourism? The tensions at work in the elaboration and perception of charters of good practice by the different parties

The search for an ethics of tourism involves the devising of charters and codes of good practice. This article uses participatory observations of solidarity tourism in a TDS village in Burkina Faso to examine the elaboration of rules that contribute to the contractualization of a partnership whose intended task is to regulate conduct in international exchanges and the limits of this partnership. The study shows how these "rules of good conduct" are perceived by the different signatories to the charter and how they are applied in the field. Analysis of the appropriation, the deviation or rejection of these rules by the various parties in the touristic encounter – tourists, village inhabitants or development NGOs – helps better understand the discrepancies in representation that exist between the discourse conveyed and the texts produced on the "moral" aspects of

the touristic encounter, and their assimilation and perception by the different parties.

• Key-words : Solidarity tourism – ethics – charters – limits – application in the field – Burkina Faso – interactions.

Sébastien BOULAY, Desert tourism in the Mauritanian Adrar: “translocal” networks, solidarity economy and social changes

This article deals with the recent creation of organized tourism in Mauritanian Adrar, which offers walking tours in the desert, embellished with visits to historic sites. This type of tourism, often clothed by its operators with a “solidarity” ideology, favours the movement of people and cultures, projects and resources, and the generation of links between professionals, visitors and the people visited. The study first examines the role of such circulation in engendering new social networks, then looks into the notion of solidarity economy, the issues and strategies that it masks, and finally examines the local assimilation of this new resource and the social and identity-related changes that are the conveyed expression of this effort of adaptation.

• Key-words : Tourism – desert – walking tour – circulation – network – partnership – development – change – heritage – identity.

Sandrine GAMBLIN, Three different experiences of the touristic encounter in Egypt

Tourism, with 8.5 million foreign visitors and 7 billion dollars in earnings in 2005, represents for Egypt a strategic sector for economic development. This article reports on the experiences of three individuals with one point in common: their place of residence or their profession bring them in daily contact with foreign tourists. The eyewitness accounts give, beyond the individual experiences, elements for understanding changes in a society where the processes of individuation are largely constrained by the dominant moral code. Tourism becomes a possible source for social and individual advancement. This potential makes the touristic encounter an interstitial space where negotiation of identities and cohabitation of differing values could be rendered possible. These men are constantly seeking ways of

involving themselves in transverse actions which will enable them to reconcile worlds which come into collision more often than they meet.

• Key-words : Egypt – Luxor – oasis – international tourism – tourist encounter – matrimonial strategy – identity – otherness – Bedouin.

Emmanuel GRÉGOIRE, Cultural tourism, political engagement and humanitarian actions in the region of Agadez (Niger)

The Agadez region is the cradle of Tuareg territory in Niger. Until the rebellion (1991-1995) it was a prized tourist destination whose attraction stemmed largely from exploitation of the Tuareg “myth”. Far from wanting to erase the cultural specificities, tourists sought, on the contrary, to gain an understanding of the local society which has always been fascinating for Europeans. This infatuation translated into unconditional support for rebellion: a whole pro-Tuareg lobby mobilized by Mano ag Dayak, emblematic figure of the region, took up the cudgels for it in spite of its lack of real understanding of the “problem” concerning the Tuareg, a society they knew only through aspects of its folklore. Once the rebellion was over, this attachment was expressed by humanitarian engagement destined to become an aid for a population affected both by the conflict and by recurrent episodes of drought: several NGOs thus saw light of day after a stay in the Air or the Ténéré by their founder members. The article aims to examine in what way the Tuareg, with Mano ag Dayak at their head, used the “myth” to develop tourism, but also bring their visitors into a political and humanitarian commitment in their favour.

• Key-words : Tourism – rebellion – humanitarian aid – NGO – Tuareg “myth” – Agadez.

Mahalia LASSIBILLE, Wodaabe dances between tourist shows and the international stage: in the wings of a choreographic migration

The feature of Wodaabe life best known and spread in our societies is their traditional dancing. Tourists coming into Niger hence ask to see this kind of show that fascinates them in just the form the Wodaabe lay on for them. Their dances are now an element

in different negotiation frameworks, not only in the bush but also in towns and cities during festivals abroad. Far from being unconnected opportunities for dance, they develop into interactions and involve transnational networks that bring the different parties present into contact: the tourists, won over, who canvass and support the Wodaabe from festival to festival, festivals that operate in networks and the Wodaabe themselves, now organized into an array of associations and NGOs. Furthermore the phenomenon, far from being limited to a simple representation in dance form, proves to be as much an economic issue as a social and political one.

• Key-words : Wodaabe – Peuls Bororos – Niger – dance – Africa – cultural tourism – show – folk dance festival – globalization – network.

Monica LACARRIEU, Tourists and “non-tourists” in the world of interculturality: from the immaterial heritage angle

The aim of this article is to examine the sometimes conflict-ridden relations that set in between cultural tourism and immaterial heritage and, similarly, those that result from tourist/host interactions. The study takes as starting point the significance taken on by the building of “hyper-localities” in the context of transnational flows of tourists, migrants and nationals. It seemed essential to analyse critically the preconceptions which romantically unified cultural tourism and immaterial heritage, and also to examine the

processes of the tourism/cultural tourist construction in the encounter with the “native”. The article deals with this question in the light of case histories in Buenos Aires and other parts of Argentina.

• Key-words : cultural tourism – immaterial heritage – Argentina – Buenos Aires.

Olivier EVRARD, The exotic and the domestic. Domestic tourism in the countries of the South: thoughts from Thailand

Although tourism has been a social sciences research subject for nearly 40 years, the study of domestic tourism in the countries of the South is still in its infancy. Little or nothing has been written on this topic, other than accounts that perceive tourists of the South as exact copies of their Western counterparts. This article uses examples taken mainly from Thailand to outline the nature of this “Other tourist”. In so doing, it gives an update not so much of the different behaviours but rather of the asymmetrical desires at play. It stresses the links between nationalism and domestic tourism in the countries of the South. The paper also suggests that the anthropology of tourism be given a broader perspective: no longer in terms of the “pleasure trip”, for leisure or existential satisfaction, but also of the whole set of power balances that determine access to mobility in the globalized society.

• Key-words : Anthropology of tourism – Thailand – mobility – violence – nationalism – ethnic groups – nostalgia.

MUSIQUES "POPULAIRES"

Catégorisations et usages sociaux

édité par Sara Le Menestrel



Revue internationale d'anthropologie
et de sciences humaines

Directeur : Pierre Petit

Abonnement

2 numéros/an
(2 numéros simples ou 1 numéro double)

30 euros

Frais de port :
Europe - 5 euros
Autres pays - 10 euros

Revue *Civilisations*
Institut de Sociologie de l'ULB - CP 124
Avenue Jeanne, 44

B - 1050 Bruxelles

tél 02 650 34 42 - fax 02 650 35 21

e-mail : civilisations@ulb.ac.be
<http://www.ulb.ac.be/is/revciv.html>

Fortisbanque - 001-2740231-57
BIC GEBABEBB/IBAN BE09 0012 7402 3157

Sara Le MENESTREL
Introduction

Nicolas PUG
Sha'abi, « populaire » : usages et significations d'une notion ambiguë dans le monde de la musique en Égypte

Kali ARGENTIENS
Les *Batá* deux fois sacrés. La construction de la tradition musicale et chorégraphique afro-cubaine

Christophe APPRELI
Le tango, une « musique à danser » à l'épreuve de la reconstruction du bal

Elisabeth CUNIN
De Kinshasa à Cartagena, en passant par Paris : itinéraires d'une « musique noire », la *champeta*

Sara Le MENESTREL
French music, Cajun, Creole, Zydeco : ligne de couleur et hiérarchies sociales dans la musique franco-louisianaise

Anne DECORU-ABITA
L'exotique, l'ethnique et l'authentique : regards et discours sur les danses d'ailleurs

Varia :
Xavier LUTIN
« Nos ancêtres les Arabes... » Généalogies d'Afrique musulmane

Notes de lecture :
Paul SIEBER
L'histoire sociale de la musique populaire américaine, un renouvellement des perspectives

INSTITUT DE SOCIOLOGIE
UNIVERSITE LIBRE DE BRUXELLES





nologie
se

ÎLES RÉELLES,
ÎLES RÊVÉES

ÎLES RÉELLES, ÎLES RÊVÉES

Revue *Ethnologie française* n°2006/3
Juillet - Septembre 2006

Responsable scientifique du numéro :
Jean-Pierre Castelain

ÎLES RÉELLES, ÎLES RÊVÉES

Hervé Jézéquel

Insulaire. Itinéraire photographique

INTRODUCTION

RESPONSABLE SCIENTIFIQUE:

Jean-Pierre Castelain

Approches de l'île

Jean Cuisenier

Fictions homériques et réalités insulaires

Vanessa Doutreleau

Surtsey, naissances d'une île

Karine Salomé

Îles bretonnes au XIX^e siècle, entre éloignement et isolement

Emilie Giret

La « base » de Kerguelen : les travaux et les jours

Patrick Prado

La recomposition sociale d'un paysage : l'île aux Moines (1900-2000)

Anne Raulin

Manhattan comme une île

Louis Brigrand

Que serais-je sans elles ? Relation d'un voyage d'un quart de siècle d'île en île

Paroles...

Hervé Jézéquel

Photographies d'une île à l'autre

Claude Lucas

Vaguement seul à Ouessant

Anne-Louise Colin

Une îlienne, aujourd'hui

Florence Levert

Au bonheur de l'ethnologue, à Saint Pierre et Miquelon

Gilles Lapouge

Des îles pour utopies

Patrick Prado

La naissance des îles du Japon selon le Kojiki

Postface

Anne Meistersheim

Le malentendu. Entre imaginaire insulaire et imaginaire continental

VARIA : HISTOIRES D'EAUX

Laurence Tibère

Manger créole. Interactions identitaires et insularité à la Réunion

Jérôme PrunEAU, Jacques Dumont, Nicolas CéliMène

Voiles traditionnelles aux Antilles françaises :

« sportivisation » et patrimonialisation

Geneviève Delbos

Pêche artisanale : la fin du « ménage »

Frédéric Dutheil

Promenade dans les parcs de Vichy et saisons thermales (1850-1870)

Note de lecture

Maïté Vienne

Au fil de l'île

Comptes rendus

Rédaction :

Maison de l'Archéologie et de l'Ethnologie - 21, Avenue de l'Université - 92023 Nanterre cedex

tél : 01 46 69 26 23 - fax : 01 46 69 24 51 - e-mail : gisele.borie@mae.u-paris10.fr

Abonnement : 4 numéros par an et vente au numéro : Presses Universitaires de France -

6, Avenue Reille - 75014 Paris

tel : 01 58 10 31 62 - fax : 01 58 10 31 82 - e-mail : revues@puf.com

Prix de l'abonnement pour 2006 :
(les abonnements partent du premier
fascicule de l'année en cours)

Particulier : 73 Euros
Institution : 93 Euros
Étudiant : 50 Euros

Vente au numéro : 22 euros (par l'intermédiaire de votre libraire habituel et PUF)

Ambivalentes, les îles ont toujours fasciné et attiré : entre enfer et paradis, lieux d'exil et d'enfermement ou de vacances, lieux de toutes les utopies, elles sont aussi prétextes à toutes les métaphores. Depuis une quinzaine d'années, elles sont devenues l'objet d'un engouement médiatique, éditorial et touristique sans précédent, et semblent se réduire à des produits de loisir ou aux décors d'innombrables fictions. De tout cela les îliens sont généralement absents et, comparées à d'autres terrains, les îles et l'insularité ont été paradoxalement peu étudiées par l'ethnologie francophone.

Ethnologues ou géographes, historien ou photographe, écrivains ou insulaires, avec leurs mots propres et leurs styles, leurs méthodes et leurs analyses respectives, abordant Manhattan ou l'île aux Moines, Ouessant ou d'autres îles bretonnes, Surtsey ou Kerguelen, les îles grecques ou Saint-Pierre et Miquelon, les auteurs de ce numéro croisent leurs approches de l'île, contribuant ainsi à l'anthropologie de l'insularité.

CONDITIONS DE PUBLICATION

Les manuscrits sont publiés en français et exceptionnellement en anglais. Toutefois, le Comité de rédaction accepte les manuscrits rédigés en espagnol et portugais, à charge pour l'auteur, quand le manuscrit est retenu pour publication, d'en assurer la traduction. Les manuscrits sont soumis à l'appréciation de deux réferés anonymes. Les propositions de corrections sont transmises à l'auteur par le Comité de rédaction.

Recommandations générales

Tous les manuscrits doivent être adressés en triple exemplaire (photocopies lisibles). Ils doivent impérativement comporter : le nom de l'auteur ; une adresse précise pour la correspondance ; un numéro de téléphone.

Présentation des manuscrits

Le titre est suivi des nom, prénom, qualité, affiliation et adresse professionnelle de l'auteur.

Les articles ne doivent pas excéder 50 000 signes (caractères + espaces) incluant : l'espace des figures (en moyenne 1 500 signes), les notes de bas de page, la bibliographie, un résumé (1 000 signes maximum), des mots clés (10 maximum).

Le nombre de notes infrapaginales maximum est de 20.

Illustrations

Les figures (cartes, graphiques et tableaux) sont numérotées en continu et, dans la mesure du possible, elles sont présentées sous forme de fichiers informatiques (préciser le logiciel utilisé) si possible dans les formats Excell (tableaux), Illustrator (graphiques schémas, etc.), Photoshop (photographies, résolution à 300 dpi), à défaut dans les formats de fichier : tiff, eps. De manière générale il est demandé que les figures soient fournies achevées et sous leur forme finale dès le premier envoi du manuscrit. Par ailleurs il ne faut pas oublier de faire figurer sur les cartes ou croquis géographiques : l'orientation géographique (Nord-Sud), l'échelle géographique, et le titre de la carte, la légende éventuelle, la provenance éventuelle des données de base (source).

Bibliographie

Les appels bibliographiques apparaissent dans le texte entre crochets avec le nom de l'auteur en minuscules, l'année de parution et, dans le cas d'une citation, la page concernée. Exemple [Vidal, 1996, p. 72].

Ne pas inscrire les références bibliographiques en notes infrapaginales mais les regrouper en fin de manuscrit selon un classement alphabétique par noms d'auteurs en respectant la présentation suivante :

Benoît M. [1988], « Les Bowébés du Kantoora (Sénégal) : à propos de l'état pastoral », *Cahiers des Sciences humaines*, vol. 24, n° 3, p. 379-384.

Garry G. et Grassin J. [1994], « La prise en compte du risque d'inondation dans l'urbanisme », in *Crises et inondations dans le paysage français*, Paris, SHF, p. 763-880.

Savignac É. [1996], *La Crise dans les ports*, Paris, La Documentation française, 200 p.

Abonnements et vente au numéro

Armand Colin

11-15, rue Pierre Rigaud 94207 Ivry-sur-Seine cedex

Tél. (indigo)-: 0 820 065 095 — étranger +33 (0)1 40 64 89 02

Fax : 01 40 64 89 92

Internet-: www.editions-sedes.com / abonnement@editions-sedes.com

Chaque abonnement donne droit à la livraison des 4 numéros annuels d'*Autrepart*

et à l'accès en ligne aux articles en texte intégral aux conditions prévues par l'accord de licence disponible sur le site www.editions-sedes.com

Vente aux libraires

Numéros de l'année/Current issues

U.P. Diffusion/D.G.Sc.H.

5, rue Laromiguière

75005 Paris

Tél. : 01 40 46 49 20

Fax : 01 40 46 49 90

La complexité de la rencontre touristique constitue désormais un angle d'approche privilégié dans les études sur le tourisme. Cependant les recherches se sont bien souvent cantonnées à un cadre local. Or, les mouvements identitaires d'aujourd'hui poussent les sciences humaines à mettre en lien le local et le global et à porter notre attention sur la question des réseaux. Constitué depuis toujours de mobilités et de relations interculturelles, le tourisme, dont une importante branche se revendique « culturelle », apparaît comme un objet taillé pour cette perspective. Eminemment contemporain, il éclaire la configuration et les enjeux des mouvements identitaires actuels, caractérisés tout autant par des renforcements que par une fluidité et une mobilité accrues. Le tourisme constitue un objet d'étude dont les frontières doivent être réévaluées à la lumière de la diversité des formes de l'activité touristique, des expériences vécues par les touristes, des profils de l'ensemble des acteurs et de leur circulation transnationale. Ce numéro d'*Autrepart* aborde la question du tourisme culturel sous l'angle des réseaux et des recompositions sociales, en réunissant une série d'articles autour de trois thèmes : la mise à distance du tourisme, les recompositions qu'il alimente et la question des mobilités touristiques.

Sommaire

TOURISME CULTUREL, RÉSEAUX ET RECOMPOSITIONS SOCIALES

Éditrices scientifiques : Anne Doquet et Sara Le Menestrel

Saskia Cousin

De l'UNESCO aux villages de Touraine : les enjeux politiques, institutionnels et identitaires du tourisme culturel

Céline Cravatte

La construction de la légitimité du tourisme solidaire, à la croisée de différents registres mobilisant le lien avec la « population locale »

Nadège Chabloz

Vers une éthique du tourisme ? Les tensions à l'œuvre dans l'élaboration et l'appréhension des chartes de bonne conduite par les différents acteurs

Sébastien Boulay

Le tourisme de désert en Adrar mauritanien : réseaux « translocaux », économie solidaire et changements sociaux

Sandrine Gamblin

Trois expériences égyptiennes de la rencontre touristique

Emmanuel Grégoire

Tourisme culturel, engagement politique et actions humanitaires dans la région d'Agadès (Niger)

Mahalia Lassibille

Les danses *woDaaBe* entre spectacles touristiques et scènes internationales : les coulisses d'une migration chorégraphique

Monica Lacarriue

Touristes et « non-touristes » dans le monde de l'interculturalité. Un regard à partir du patrimoine immatériel

Olivier Evrard

L'exotique et le domestique. Tourisme national dans les pays du Sud : réflexions depuis la Thaïlande

Note de recherche

Éric Boutroy

La professionnalisation des guides népalais. Quelques réflexions autour de la réappropriation du tourisme de montage

6633226

978-2-200-92129-3



9 782200 921293