



4^E RENCONTRES INTERNATIONALES DES JEUNES CHERCHEURS EN TOURISME

“ AUX FRONTIÈRES DU TOURISME ”
7 - 8 - 9 SEPTEMBRE 2017

AVEC LE SOUTIEN DE :

UNIVERSITÉ PARIS 1
PANTHÉON SORBONNE
EA EIREST 7337
Équipe interdisciplinaire de recherches sur le tourisme

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

 uniTwin
Chaire UNESCO
Culture, Tourisme,
Développement

UNIVERSITÉ PARIS 1
PANTHÉON SORBONNE

École Doctorale
de Géographie
de Paris

— ORGANISÉ PAR L'EIREST - EA 7337 —

ÉQUIPE INTERDISCIPLINAIRE DE RECHERCHE SUR LE TOURISME

Fondation Hellénique - Cité Internationale Universitaire de Paris
47 b boulevard Jourdan - 75014 Paris

RENSEIGNEMENT ET INSCRIPTION

SITE INTERNET: [HTTP://RIJCT2017.SCIENCESCONF.ORG](http://RIJCT2017.SCIENCESCONF.ORG)

EMAIL : RIJCT2017@GMAIL.COM

TABLE DES MATIÈRES

PROGRAMME	p.4
CONFÉRENCIERS INVITÉS Johannes NOVY et Noel SALAZAR	p.8
RÉSUMÉS DES COMMUNICATIONS	p.9
<p>- Session 1 : Tourisme et enjeux de définition: un phénomène recomposé par de nouvelles frontières spatiales et temporelles</p> <p>ROUX Morgane, « Les pratiques de déconnexions à l'épreuve des technologies de l'information et de communication (TIC) » - Doctorante-Assistante, Institut de géographie et durabilité, Université de Lausanne (Suisse) p.9</p> <p>GIORDANO Emanuele, « Touristification de la vie nocturne et changement urbain dans le quartier de la Barceloneta » - Doctorant, UMR 5281 ART-Dev, Université Paul Valéry Montpellier III (France) p.10</p> <p>MOLINIE-ANDLAUER Marie-Alix, « Quelle transition entre le musée et son territoire ? Exemple du Musée des Civilisations de l'Europe et de la Méditerranée (MuCEM) » - Doctorante, ENeC, Université Paris Sorbonne (France) p.12</p> <p>HÜRLEMANN Seraina, « Producing Tourist Places in Lashi Hai: Spatial transformation and socio-cultural change in North West Yunnan (China) » - Doctorante, Institut de géographie et durabilité, Université de Lausanne (Suisse) p.14</p>	
<p>- Session 2 : Tourisme et territoires, entre intégration et fragmentation</p> <p>BLAISON Marjorie, « Le management d'un tourisme au-delà des frontières » - Doctorante, CRESEM, Université de Perpignan Via Domitia (France) p.14</p> <p>MARTINS Célia, « Frontières entre intégration et subversion territoriale du resort : le cas portugais » - Doctorante, Centro de Investigação em Arquitetura, Urbanismo e Design, Université de Lisbonne (Portugal) p.16</p> <p>SALLENAVE Léa, « Le 'Grenoble Street Art Fest', vecteur d'un tourisme in nourri de pratiques off » - Doctorante, Université de Genève (Suisse) p.18</p> <p>EGOUNLETI Ludivine, « Tourisme en territoire stigmatisé : Acteurs, luttes et enjeux autour de la définition de l'imaginaire touristique à Aubervilliers, Plaine Commune. Le Centre International de Séjour à Aubervilliers et la notion de « tourisme social » - Chargée de réservation au Centre International de Séjour Eugène Henaff et chercheuse indépendante en ethnologie (France) p.19</p>	p.14
<p>- Session 3 : Le tourisme face aux frontières culturelles: possibilité de rencontre ou construction d'une altérité ?</p> <p>WALTERS Erica, « Hunting for Truffles and Self-Truths in Perugia » - B.A. in Anthropology, West Chester University of Pennsylvania (Etats-Unis) p.21</p>	p.21

GARCIA DE TERESA Marcos , « Frontières et rituels dans le tourisme chamanique à Huautla de Jiménez (Mexique) » - Doctorant, IRIS, École des Hautes Études en Sciences Sociales, Paris / Universidad Autónoma Metropolitana – Iztapalapa, Mexico (France et Mexique)	p.23
WIJNGAARDEN Vanessa , Exposition « Maasai beadwork: European Beads with African Stories », PhD, University of Bayreuth (Allemagne)	p.25
WIJNGAARDEN Vanessa , Film « Eliamani's homestead », PhD, University of Bayreuth (Allemagne)	p.26
- Session 4 : L'émergence de nouveaux acteurs touristiques, un facteur de renouvellement des pratiques ?	p.28
ESCALLIER Christine , « De la survie d'une économie à la survie d'une identité maritime : les stratégies touristiques de la communauté de pêcheur nazaréenne » - Maître de Conférence, CRIA-Centro em Rede de Investigação em Antropologia-Lisbonne , Université de Madère 5 (Portugal)	p.28
LAMRANI Roua , « Pour un tourisme d'intelligence territoriale : la délicate question des acteurs » - Doctorante, Ecole Nationale de Commerce et de Gestion de Tanger, Université Abdelmalek Essaadi (Maroc)	p.30
ALVES Daiane S. , « Vers un développement participatif du tourisme ? Une regard sur quelques expérimentations participatives au Brésil » - Doctorante, ART-Dev, Université Paul Valéry Montpellier III (France)	p.32
LOISY Marine , « L'habitant : nouvelle pépite du tourisme ? Places et rôles des Parisiens dans les activités touristiques de la capitale » - Doctorante, IIAC-LAHIC, Ecole des Hautes Etudes en Sciences Sociales, Paris / CIFRE à la Mairie de Paris (France)	p.34
- Session 5 : Des pratiques aux nouvelles méthodes d'appréhension des phénomènes touristiques	p.36
PREUIL Sébastien , « Tourisme solidaire et volontourisme dans la province de Siem Reap : des visites et actions éthiques aux frontières du tourisme ? » - Docteur en Géographie, Université de Versailles Saint-Quentin-en-Yvelines (Paris)/ INALCO (France)	p.36
DI GIANGIROLAMO Gianluigi , « Tourism and fashion : practices at the frontier », Chargé de recherche, CAST Centre of Advanced Studies in Tourism, Université de Bologne - Rimini Campus (Italie)	p.37
GEFFROY Valérian , « Tourisme ou mode de vie? Réflexions sur l'engagement dans les pratiques touristico-sportives » - Doctorant, Institut de Géographie et Durabilité, Université de Lausanne (Suisse)	p.39
APCHAIN Thomas , « L'influence du tourisme sur la construction du discours journalistique. Enquête sur le traitement médiatique des favelas de Rio de Janeiro pendant l'organisation des Jeux- Olympiques 2016 » - Doctorant, Canthel, Université Paris-Descartes (France)	p.41
COMITÉ SCIENTIFIQUE	p.43
COMITÉ D'ORGANISATION	p.45
REMERCIEMENTS	p.45

PROGRAMME

JEUDI 7 SEPTEMBRE

9h - 9h30 : Accueil des participants

9h30 - 10h : Introduction

Mot d'introduction : Maria GRAVARI-BARBAS

Directrice de l'EIREST

Mot du Comité d'organisation : Présentation de l'organisation des journées

Katy DIENG, Aude LE GALLOU, Céline TASTET

Doctorantes de l'EIREST

10h-12h30 : **SESSION 1** : **Tourisme et enjeux de définition : un phénomène recomposé par de nouvelles frontières spatiales et temporelles - Modératrice : Edith FAGNONI**

ROUX Morgane, « Les pratiques de déconnexions à l'épreuve des technologies de l'information et de communication (TIC) » - *Doctorante, Université de Lausanne (Suisse)*

GIORDANO Emanuele, « Touristification de la vie nocturne et changement urbain dans le quartier de la Barceloneta » - *Doctorant, ART-Dev, Université Paul Valéry Montpellier III (France)*

MOLINIE-ANDLAUER Marie-Alix, « Quelle transition entre le musée et son territoire ? Exemple du Musée des Civilisations de l'Europe et de la Méditerranée (MuCEM) » - *Doctorante, ENeC, Université Paris Sorbonne (France)*

HÜRLEMANN Seraina, « Producing Tourist Places in Lashi Hai: Spatial transformation and socio-cultural change in North West Yunnan (China) » - *Doctorante, Université de Lausanne (Suisse)*

12h30 - 14h : PAUSE DÉJEUNER

**14h - 16h : SESSION 2 : Tourisme et territoires, entre intégration et fragmentation -
Modératrice : Linda BOUKHRIS**

BLAISON Marjorie, « Le management d'un tourisme au delà des frontières » - *Doctorante, CRESEM, Université de Perpignan Via Domitia (France)*

MARTINS Célia, « Frontières entre intégration et subversion territoriale du resort : le cas portugais » - *Doctorante, Centro de Investigação em Arquitetura, Urbanismo e Design, Université de Lisbonne (Portugal)*

SALLENAVE Léa, « Le 'Grenoble Street Art Fest', vecteur d'un tourisme *in* nourri de pratiques *off* » - *Doctorante, Université de Genève (Suisse)*

EGOUNLETI Ludivine, « Tourisme en territoire stigmatisé : Acteurs, luttes et enjeux autour de la définition de l'imaginaire touristique à Aubervilliers, Plaine Commune. Le Centre International de Séjour à Aubervilliers et la notion de « tourisme social » - *Chargée de réservation au Centre International de Séjour Eugène Henaff et chercheuse indépendante en ethnologie (France)*

16h - 16h30 : Pause café

16h30 - 17h30 : CONFÉRENCIER INVITÉ : Johannes NOVY, « Urban Tourism as a Bone of Contention. A 'new' Frontier for Research? » - *Docteur en Aménagement, Lecturer at the School of Geography and Planning, University of Cardiff (Pays de Galles)*

18h : Pot d'ouverture

VENDREDI 8 SEPTEMBRE

9h - 10h : SESSION 3 : Le tourisme face aux frontières culturelles : possibilité de rencontre ou construction d'une altérité ? - Modératrice : Aurélie CONDEVAUX

WALTERS Erica, « Hunting for Truffles and Self-Truths in Perugia » - *B.A. in Anthropology, West Chester University of Pennsylvania (Etats-Unis)*

GARCIA DE TERESA Marcos, « Frontières et rituels dans le tourisme chamanique à Huautla de Jiménez (Mexique) » - *Doctorant, IRIS, École des Hautes Études en Sciences Sociales, Paris / Universidad Autónoma Metropolitana – Iztapalapa, Mexico (France et Mexique)*

10h – 10h30 : Pause café

10h30 - 12h30 : “Maasai and Otherness”: exposition, projection et discussion - *Modérateur : Noel SALAZAR*

- Visite commentée de l'exposition « Maasai beadwork: European Beads with African Stories » par Vanessa WIJNGAARDEN - *Docteure, Université de Bayreuth (Allemagne)*
- Suivie de la projection de son documentaire « Eliamani's homestead »
- Discussion-débat avec Noel SALAZAR, Professeur d'Anthropologie, Université de Leuven (Belgique)

12h30 - 14h : PAUSE DÉJEUNER

14h - 16h : **SESSION 4** : L'émergence de nouveaux acteurs touristiques, un facteur de renouvellement des pratiques ? - *Modérateur : Sébastien JACQUOT*

ESCALLIER Christine, « De la survie d'une économie à la survie d'une identité maritime : les stratégies touristiques de la communauté de pêcheur nazaréenne » - *Maître de Conférence, CRIA-Centro em Rede de Investigação em Antropologia-Lisbonne, Université de Madère (Portugal)*

LAMRANI Roua, « Pour un tourisme d'intelligence territoriale : la délicate question des acteurs » - *Doctorante, Ecole Nationale de Commerce et de Gestion de Tanger, Université Abdelmalek Essaadi (Maroc)*

ALVES Daiane S., « Vers un développement participatif du tourisme ? Une regard sur quelques expérimentations participatives au Brésil » - *Doctorante, ART-Dev, Université Paul Valéry Montpellier III (France)*

LOISY Marine, « L'habitant : nouvelle pépite du tourisme ? Places et rôles des Parisiens dans les activités touristiques de la capitale » - *Doctorante, IIAC-LAHIC, Ecole des Hautes Etudes en Sciences Sociales, Paris / CIFRE à la Mairie de Paris (France)*

16h - 16h30 : Pause café

16h30 - 18h : **Sortie de terrain** : Visite du quartier de la Cité Universitaire en compagnie de membres de l'association GREETERS et de Marine LOISY

SAMEDI 9 SEPTEMBRE

9h30 - 11h30 : **SESSION 5 : Des pratiques aux nouvelles méthodes d'appréhension des phénomènes touristiques - Modératrice : Maria Gravari-Barbas**

PREUIL Sébastien, « Tourisme solidaire et volontourisme dans la province de Siem Reap : des visites et actions éthiques aux frontières du tourisme ? » - *Docteur en Géographie, Université de Versailles Saint-Quentin-en-Yvelines (Paris)/INALCO (France)*

DI GIANGIROLAMO Gianluigi, « Tourism and fashion : practices at the frontier », *Chargé de recherche, CAST Centre of Advanced Studies in Tourism, Université de Bologne - Rimini Campus (Italie)*

GEFFROY Valérian, « Tourisme ou mode de vie? Réflexions sur l'engagement dans les pratiques touristico-sportives » - *Doctorant, Institut de Géographie et Durabilité, Université de Lausanne (Suisse)*

APCHAIN Thomas, « L'influence du tourisme sur la construction du discours journalistique. Enquête sur le traitement médiatique des favelas de Rio de Janeiro pendant l'organisation des Jeux- Olympiques 2016 » - *Doctorant, Canthel, Université Paris-Descartes (France)*

11h30 - 12h : **Clôture des RIJCT 2017**

Mot de clôture - Synthèse des RIJCT 2017 par Maria GRAVARI-BARBAS

Directrice de l'EIREST

CONFÉRENCIERS INVITÉS

**Johannes NOVY, « Urban Tourism as a Bone of Contention. A ‘new’ Frontier for Research? » -
Docteur en Aménagement, Lecturer at the School of Geography and Planning, University of
Cardiff (Pays de Galles)**

This presentation is concerned with the recent proliferation of controversies and disputes surrounding urban tourism. It provides some thoughts and insights into the causes and characteristics of tourism's increasing problematisation and politicisation in cities and, in doing so, aims to provide points of orientation and inspiration for future research as as we try to make better sense of the rise of urban tourism as a source of discontent and dispute.



Johannes NOVY is Lecturer (Assistant Professor) in Spatial Planning in the School of Planning and Geography at Cardiff University (UK). He studied urban planning and urban studies in Germany, Italy and the United States and holds a PhD in Urban Planning from Columbia University, New York. His research interests cover urban and planning theory, urban (development) politics, urban tourism and leisure consumption. Some of his most recent publications include the co-edited volume "Protest and Resistance in the Tourist City" (Routledge 2016) as well as the journal article "'Destination' Berlin Revisited. From (New) Tourism towards a Pentagon of Mobility and Place Consumption" (Tourism Geographies).

**Noel SALAZAR, Discussion on the session "Maasai and Otherness", Professor of Anthropology,
University of Leuven (Belgique)**



Pr. Noel SALAZAR is an anthropologist and Research Professor at the University of Leuven (Belgium). After studying at the Universities of Leuven and Essex (United Kingdom), he obtained his Ph.D from the University of Pennsylvania (USA). His researches focus on mobility and travel, the local-to-global nexus, discourses and imaginaries of Otherness, heritage, cultural brokering and cosmopolitanism. Pr. Salazar is the author of *Envisioning Eden: Mobilizing Imaginaries in Tourism and Beyond* (2010, Oxford: Berghahn). He is past president of the European Association of Social Anthropologists.

RÉSUMÉS DES COMMUNICATIONS

Session 1 : Tourisme et enjeux de définition: un phénomène recomposé par de nouvelles frontières spatiales et temporelles

ROUX Morgane, « Les pratiques de déconnexions à l'épreuve des technologies de l'information et de communication (TIC) » - Doctorante-Assistante, Institut de géographie et durabilité, Université de Lausanne (Suisse)

morgane.roux@unil.ch

Mots-clés : Quotidien ; Hors-quotidien ; Technologie de l'information et de la communication ; Déconnexions ; Connexions.

La mobilité généralisée couplée aux technologies numériques pose de nouveaux enjeux : les relations humaines sont désormais maintenues en permanence malgré la distance géographique qui peut séparer deux individus. Les mobilités touristiques sont un exemple particulièrement intéressant, car elles remettent en cause la distinction traditionnelle entre le quotidien et le hors-quotidien en raison du maintien d'une communication synchrone par les moyens de technologies de l'information et de la communication (TIC). Les pratiques antérieures, au contraire, géraient la distance, au mieux, au moyen de télégrammes, lettres ou encore de cartes postales lors de la réalisation d'un voyage ; c'est d'ailleurs cette distinction qui permettait de considérer le tourisme comme pratique hors-quotidienne (Jauréguiberry et Lachance, 2016 ; Molz, 2008 ; Stock et al., 2003 ; Urry, 2002 ; White and White, 2005 et 2007).

C'est dans ce contexte que de nouvelles pratiques dites de « déconnexions » sont apparues; ces dernières visent à ne plus communiquer afin de ressentir la rupture avec le quotidien traditionnellement expérimentée lors d'un voyage (Jauréguiberry et Lachance, 2016). Ces pratiques touristiques seraient vraisemblablement expérimentées au sein de lieux propices à la déconnexion comme des espaces naturels ou de *wilderness*.

L'objet de cette communication sera de mettre en lumière ces pratiques touristiques de déconnexions et illustrera notamment le rôle essentiel de la nature et de la *wilderness* lors de la mise en œuvre de ces dernières. En effet, la « Nature » devient de plus en plus un symbole important au sein de notre société, notamment parmi les discours communs¹, signifiant une coupure avec le stress de la vie quotidienne. La *wilderness* est perçue et vécue comme un espace autre, notamment opposé à l'urbain « connecté ». De ce fait, la mobilité vers la nature est donc souvent vue comme un moyen de rompre avec l'urbain ; pourtant nous verrons également que les pratiques touristiques dans les espaces naturels – à l'exemple des parcs nationaux nord-américains – s'apparentent à des mobilités et modes de vie urbains : elles sont canalisées par les infrastructures de transport, la fréquentation est très dense en certains lieux et les pratiques individuelles bien souvent assistées par les TIC.

Les espaces naturels sont appréciés non seulement pour les valeurs positives, sacrées et surtout esthétiques qui leur sont attachées ; c'est la raison pour laquelle l'image et le regard

¹ Williams, F. (2015, décembre 8). This Is Your Brain on Nature. National Geographic.

<http://www.nationalgeographic.com/magazine/2016/01/call-to-wild/>

Turkle, S. (2011). Alone together: why we expect more from technology and less from each other. New York: Basic Books

gardent une grande importance dans la pratique touristique. À ce titre, la diffusion facilitée par internet des images renouvelle et perpétue le rôle des médias (dans cette étude de cas, plus particulièrement Instagram) dans le désir de mobilité et d'expérience du lieu. Et si l'appareillage technique est plus que jamais accusé de substituer l'image à l'expérience 'réelle' du lieu et de la *wilderness*, il engendre également de nouveaux rapports aux différents espaces : les touristes peuvent partager « en direct » leur expérience à travers de multiples réseaux sociaux et ainsi maintenir le lien avec différents espaces et réseaux de sociabilité (proches ou éloignés), entremêlant ainsi le quotidien avec le hors-quotidien.

Par ailleurs, les destinations privilégiées par le tourisme de nature et plus particulièrement de la *wilderness* ainsi que les pratiques de déconnexions se situeraient à l'extérieur des espaces connectés et fortement anthropisés (Crown 2006, Héritier 2003 et 2006), par conséquent au sein d'une nature vierge « emparquée » et délimitée par des frontières physiques (barrières, barbelés, poste- frontières) mais aussi symboliques. De plus, ces destinations sont valorisées à travers les discours communs et les différents acteurs touristiques pour l'apparente liberté qu'ils offrent : ils sont vus comme des lieux où les contraintes sociales et spatiales sont réduites, endroits emblématiques où les mouvements sont libérés par la pratique touristique de nature par exemple. Nous tâcherons de mettre en lumière à travers cette communication la manière dont ces discours sur ces espaces vierges et bien délimités participe aux mobilités touristiques tournées vers la confrontation avec la *wilderness* et une possible déconnexion aux technologies de l'information de la communication.

Cette communication tire ses réflexions et matériaux de ma propre recherche de thèse. L'étude de cas est actuellement conduite au sein du parc national de Banff dans l'Ouest canadien en Alberta. Ce parc national, le premier du Canada, représente actuellement un espace emblématique de la *wilderness* à l'échelle de l'Amérique du Nord et accueille près de 3 millions de touristes en quête de paysages « monumentaux » et de *wilderness* inviolée par la main de l'homme. Les imaginaires touristiques et identitaires qui lui sont prêtés (monumentalité, faune sauvage, paysages propices à la déconnexion), en font un lieu incomparable pour réaliser cette recherche de thèse.

Finalement, cette présente communication aura comme but de comprendre ces pratiques touristiques de déconnexions mais aussi de connexions au sein d'un espace dit de *wilderness* et comment ces dernières influencent le comportement des touristes au sein de la *wilderness* mais aussi les espaces contenant ces différentes pratiques. La tâche essentielle et complexe de cette recherche sera d'analyser le rapport qu'entretiennent les touristes avec les TIC (non-usages/usages intentionnels ou non) lors de la pratique de la nature. En somme, cette présentation reposera sur l'hypothèse « provocatrice » stipulant que la vision du tourisme et de ses pratiques telles que vécues comme rupture avec le quotidien serait désormais révolue, du fait de l'ubiquité des TIC.

GIORDANO Emanuele, « Touristification de la vie nocturne et changement urbain dans le quartier de la Barceloneta » - Doctorant, UMR 5281 ART-Dev, Université Paul Valéry Montpellier III (France)

ema.giordy@gmail.com

Mots-clés : Nuit ; Tourisme urbain ; Gentrification ; Barcelone.

Au cours de ces dernières années, les résidents de différents quartiers de Barcelone ont manifesté à plusieurs reprises contre les effets négatifs du tourisme sur les résidents locaux. En

particulier, les protestations ont été dirigées contre l'augmentation du nombre d'appartements touristiques illégaux qui ont été accusés d'avoir des répercussions sur le marché local de l'immobilier, gonflant rapidement les prix des logements et les loyers et activant ainsi des expulsions et des remplacements des ménages à travers un processus de gentrification. Dans ce contexte, une série de mesures adoptées par la nouvelle administration municipale et visant à réduire les impacts négatifs du tourisme sur les communautés locales s'est focalisée sur ce qui est perçu comme une intensification rapide de la spéculation touristique sur le marché du logement. Cette perspective est aussi partagée pour le monde de la recherche. La plupart des études récentes qui ont analysé la façon dont le tourisme influence la ville contemporaine à l'échelle du quartier se sont principalement concentrées sur les conséquences du succès du secteur d'hébergement informel produit par le développement des sites comme Airbnb (Arias Sans et Quagliari Dominguez, 2016; Lee, 2016; Gutiérrez et al., 2016).

Pourtant, en dépit de ces mesures, les sentiments locaux anti-tourisme restent vigoureux comme en témoigne la bannière géante accrochée en août 2016 par l'association des voisins La Òstia sur un bâtiment de la place principale du quartier de la Barceloneta et une nouvelle vague de protestations qui a caractérisé l'été 2016. Nous soutenons que l'échec des nouvelles politiques adoptées est lié à une compréhension limitée des processus qui intéressent plusieurs quartiers de Barcelone. En effet, sans minimiser les impacts que les appartements illégaux, ou le tourisme, ont sur le tissu socio-économique, nous affirmons que pour mieux comprendre les tensions croissantes qui caractérisent la ville touristique, la question des appartements touristiques illégaux doit être conceptualisée dans un plus vaste et complexe processus de changement urbain qui implique le changement radical de la nature et de l'utilisation des quartiers historiques dans de nombreuses villes du sud de l'Europe. En effet, étant donné que la demande d'une expérience urbaine perçue comme « authentique » est de plus en plus fréquente dans une variété de populations urbaines, les nouveaux touristes urbains, les classes moyennes urbaines et les «étudiants-touristes» (Lesjak et Al., 2015), les effets du tourisme sur la ville sont de plus en plus difficiles à distinguer d'un processus de changement urbain et de marchandisation qui investissait certaines zones urbaines. Dans ce contexte, des travaux récents ont montré que les appartements touristiques à court terme et le tourisme en général fonctionnent souvent comme une sorte de bouc émissaire, étant l'un des éléments plus visibles, mais pas nécessaire le plus invasif, d'un processus de changement qui implique des transformations économiques, mais aussi symboliques et culturelles, qui alimentent des processus de gentrification.

Aussi, cette communication se concentre sur le quartier de la Barceloneta avec l'objectif de donner une compréhension plus holistique du processus de changement urbain du quartier qui est alimenté par les interactions entre le tourisme et une pléthore de différentes dynamiques urbaines. Parmi ceux-ci, nous avons particulièrement mis l'accent sur le rôle joué par la nature changeante de la vie nocturne du quartier. En effet, ces dernières années, la vie nocturne a émergé comme un élément central de la compétitivité touristique des villes, surtout dans les villes du Sud de l'Europe. Cependant, les implications spatiales et sociales de ces dynamiques restent peu étudiées. Dans cette perspective, il est intéressant de noter que si les chercheurs ont souvent défini la nuit comme «la dernière frontière de la ville» ou «un nouvel espace à conquérir» (Gwiadzinki, 2005, Shaw, 2015), cette métaphore reste aussi valable dans le champ de la recherche académique et en particulier du tourisme. C'est pourquoi, à partir des observations ethnographiques et des entretiens avec acteurs publics et privés, cette communication analyse comment la touristification progressive de la vie nocturne du quartier a contribué à modifier les rythmes spatio-temporels de la consommation de la vie nocturne. Cela a produit des tensions croissantes entre les touristes et les résidents et a contribué à favoriser des formes de

gentrification commerciale et résidentielle. En même temps, malgré le récit actuel qui reproche exclusivement au tourisme les impacts négatifs que la vie nocturne a sur la qualité de vie des résidents, nous soutenons que le tourisme seul ne peut pas être une variable explicative du processus de changement urbain qui touche de nombreux quartiers, mais que ce processus doit être contextualisé dans un processus plus vaste de changement urbain.

MOLINIE-ANDLAUER Marie-Alix, « Quelle transition entre le musée et son territoire ? Exemple du Musée des Civilisations de l'Europe et de la Méditerranée (MuCEM) » - Doctorante, ENEC, Université Paris Sorbonne (France)
mariealix.molinie@hotmail.fr

Mots-clés : Distinction territoriale ; Lieu symbolique ; MuCEM ; Territoire ; Transition.

Cette communication portera sur le lien entre musée et territoire, en s'intéressant au cas du MuCEM à Marseille. Fer de lance pour le projet urbain Euroméditerranée, symbole de la Culture lors de Marseille capitale européenne de la Culture en 2013, le MuCEM tente de s'intégrer dans la cité phocéenne.

Le musée, institution qui se caractérise par des frontières autant spatiales que sociales, se construit sur trois catégories de représentations ; mentale (imaginaire, espace imaginé), emblématique voire événementielle (architecture, espace perçu) ou didactique (collection, espace vécu) (Gravari-Barbas, 2015). La combinaison des trois représentations en fait un lieu incontournable pour les touristes, inscrivant le musée comme étape référencée dans un pèlerinage touristique de hauts lieux symboliques participant à la redéfinition du territoire. En effet, musée et territoire sont intimement liés, la dynamique de l'un nourrit celle de l'autre et participe à la connaissance du territoire, c'est-à-dire à son rayonnement. La démultiplication de ces institutions sur les territoires français et étrangers témoigne de l'intérêt de la dimension culturelle comme vecteur de développement territorial (Fagnoni, 2014 ; Djament-Tran, 2014). Le musée devient alors un véritable *flagship* (bâtiment emblématique ou « icône collective », Zukin, 1998) où le contenant devient alors plus important que le contenu, où l'évènement prend le dessus sur la dimension sacrée de l'institution. Ce phénomène se trouve à la lisière entre attractivité et rayonnement.

Par ailleurs, le réinvestissement du territoire français fut impulsé par le processus de décentralisation dont la loi du 2 mars 1982 avait pour vocation de rééquilibrer le territoire et de le rendre plus accessible pour l'ensemble des individus. S'ensuit d'un désir de démocratisation de la Culture, incitant les politiques à inclure la dimension culturelle dans leurs discours et la projection territoriale, en favorisant la décentralisation culturelle, comme en témoigne le déménagement des collections du MNATP au MuCEM.

Ces actions concrétisent le changement de paradigme des musées au sein des territoires et de la société ; l'« institution poussiéreuse » (Mairesse, 2002) devient alors une institution moderne (Poulot, 2014), où l'architecture, donc le contenant, devient fort de sens, iconique, événementiel (Vivant, 2009 ; Gravari-Barbas, Fagnoni, 2015) et incarne une autre Culture, plus inclusive. Le musée prend alors une place à part entière dans la ville, mettant en avant le phénomène de distinction territoriale qui se veut attrayante et ouverte, accessible à tous, notamment grâce à une architecture qui incarne l'institution et permet aux territoires d'être reconnus par cette institution. S'ajoute à cette distinction, territoriale, la « distinction sociale » (Bourdieu, 1979) une frontière qui démontre qu'une certaine catégorie de population se rend au

musée, car celui-ci a une forte connotation sociale pour les individus résidant sur le territoire. La connotation sociale et sacrée du musée est présente et nécessite d'être dépassée par des subterfuges qui intègrent autant les touristes que les locaux. L'architecture et le procédé de « contraste retardé » (Lassus, 1975) sont les points transitionnels entre la ville et l'institution, permettant un dialogue entre ces deux entités et de nuancer les frontières existantes. Un musée, comme le MuCEM, devient alors un lieu à part entière de la ville, « une agora moderne », inscrit dans un projet plus global, où s'interpénètrent ville et institution. Cependant, ce nouveau lieu emblématique du territoire marseillais, symbole de renouveau, demeure une entité paradoxale et de ce fait à interroger.

Ce musée érigé pour dépasser les frontières doit faire face à des tensions entre une représentation d'un musée ouvert se définissant comme un pont entre les deux rives de la Méditerranée et une réalité territoriale complexe. La réalité du terrain, l'enjeu d'un projet décentralisé et les attentes que cela suscite placent des attentes à différentes échelles. En effet, ce musée souvent perçu comme prometteur et incarnant le renouveau à Marseille, où des investissements ont été faits par les différents acteurs publics et territoriaux, n'atteint pas les attentes escomptées (notamment en ce qui concerne le nombre de visiteurs) par les Ministères de tutelle (Ministère de la Culture et de la Communication et Ministère de l'Éducation nationale).

Ainsi, les perceptions de ce musée varient en fonction des interlocuteurs, pour les protagonistes du MuCEM ce musée est une réussite et trouve les résultats satisfaisants, tout comme les pays étrangers qui perçoivent le MuCEM comme une « véritable inspiration » et réussite de « démocratisation de la culture » (comme en témoigne les différents journaux internationaux du *New York Times* du 17 septembre 2012 ou encore *The Guardian* du 8 juin 2013). On constate une discordance notable dans les discours sur ce musée entre Paris, Marseille et « l'international ».

Le rapport du musée doit se comprendre à différents niveaux sur ces différents territoires. Musée marseillais, il est aussi le premier musée national créé ex nihilo, où les frontières sont certes physiques et sociales mais aussi mentales et économiques. Par ailleurs, les moyens du MuCEM ne sont pas ceux du Louvre et l'identité de ce musée n'est pas celle d'un musée universaliste mais d'un musée qui se veut être un nouveau lieu du peuple, une « agora moderne ».

Par conséquent quelles sont les stratégies mises en place par le MuCEM pour être inclus dans le territoire marseillais ?

Ces interrogations que pose le MuCEM, questionnent en réalité le système fonctionnel relatif au lieu symbolique qui est la « cohérence d'un point de vue de son efficacité sociale, politique et spatiale » (Lévy, Lussault, 2013), et interrogent donc, le lien (existant ?) entre territoire et musée pour rayonner.

Les objectifs de cette présentation seront de comprendre comment des institutions comme des musées cherchent à dépasser ces frontières sociales et spatiales, pour permettre de créer un rayonnement et lier ainsi des territoires entre eux. Il s'agira d'un travail exploratoire, où les hypothèses et les questions de recherche seront évoquées, puis illustrées par les premiers entretiens effectués avec les acteurs du MuCEM. Ainsi, nous pouvons supposer que le sacré lie ces objectifs de recherche, en se manifestant d'une part, par la représentation même de ces institutions et d'autre part, en expliquant la construction voire le fondement du rayonnement sur les territoires.

HÜRLEMANN Seraina, « Producing Tourist Places in Lashi Hai: Spatial transformation and socio-cultural change in North West Yunnan (China) » - Doctorante, Institut de géographie et durabilité, Université de Lausanne (Suisse)

Seraina.Hurlemann@unil.ch

Keywords: *Social construction of places ; Rural tourism ; Ethnicity ; Identity.*

This paper explores co-production processes of tourist places via the case study of Lashi Hai, a rural area in North West Yunnan, China. Due to its proximity to one of China's most visited tourism destinations, the UNESCO World Heritage Site of Lijiang Old Town, the Lashi Hai region's tourism sector has boomed during the last ten years, almost exclusively relying on organised day trip tour groups of Han Chinese Tourists. The fact that they are visiting an ethnic minority population provides abundant material for imagination: there are plentiful of images and stereotypes of ethnic minorities in media, cultural productions, tourist promotion etc. on which to base one's imaginary of this region and its people. A main aspect discussed in this paper is how residents in particular negotiate these co-production processes, considering that in many cases they – their quotidian spaces, built environments, are themselves part of the main attraction for the tourists and are thus subject of the imaginary.

The primary entry point to investigate these social processes of place construction is by analysing narratives that create such places. Narratives are important instruments for communicating and sharing experiences, memories and feelings related to a place and thus, together with quotidian practice, constitute of what gives meaning and sense to it. Furthermore, narratives are created on many different levels: comparing narratives designed for tourists with those appearing in everyday village tattling or ancient myths about a same place, reveals insight into the process of co-construction as well as social and cultural transformation. Tourism development in rural parts of northwest Yunnan comes along with a rapidly changing economic system and spatial transformation. Analysing the different narratives creating senses of place on different levels and for different actors will thus reflect such transformations and relate them to aspects of social and cultural change.

Session 2 : Tourisme et territoires, entre intégration et fragmentation

BLAISON Marjorie, « Le management d'un tourisme au-delà des frontières » - Doctorante, CRESEM, Université de Perpignan Via Domitia (France)

marjorieblaison@gmail.com

Mots-clés : *Frontières ; Mobilités ; Destination ; Attractivité ; Tourisme.*

Les récentes recherches sur le développement territorial mettent en valeur un enjeu clé de croissance par le tourisme, par le biais de l'économie dite « résidentielle » (Davezies, 2009). Nous trouvons de nombreuses convergences entre tourisme et développement territorial. Au-delà d'un aspect polymorphe commun qui appelle à des interprétations pluridisciplinaires ou d'une matière première identique qu'est le territoire, nous soulignons un enjeu essentiel qui fédère le tourisme et le développement territorial à savoir l'attractivité. Associer l'attractivité au territoire revient à

entreprendre une gestion de son caractère attractif, autrement dit de sa touristicité pour parvenir au territoire commercialisé qu'est la destination touristique (Botti, 2011). Si la destination en tant que produit fait débat, nous souhaitons préciser notre vision de « macro-produit », en lien avec la définition du produit touristique comme étant le résultat d'une « combinaison complexe de dimensions spatiales, d'échelles temporelles d'ampleur variable, de processus de production divers et de schémas relationnels complexes » (Hazebroucq, 2007). Le cœur de notre thèse étudie les rapports entre les évolutions sociétales et le management du tourisme qui impacte la composition des destinations.

Nous identifions sur le marché deux types de destinations qui se distinguent par leurs frontières: les destinations administratives et non administratives. Les premières témoignent d'une prise de conscience récente quant aux enjeux du secteur. L'actualité en est l'illustration avec la loi NOTRe² qui a impulsé la création de nouvelles destinations par la fusion de régions, de taille plus importante, entendues comme « mieux adaptées à la mondialisation » (Giblin, 2009). Chacune de ces nouvelles destinations se compose toujours de « sous-destinations » aux frontières réduites, gérées par des institutions touristiques dédiées (office du tourisme ; agence de développement touristique, comité régional du tourisme). Cette configuration est le théâtre d'une multitude de territoires administratifs, animés par une action respective de promotion et ainsi livrés à une compétitivité intra et extra frontières régionales. A l'origine du découpage des régions administratives en tant qu'outil de travail, les individus appartenaient à un bassin de vie unique. Aujourd'hui, nous assistons à une dissociation très marquée des lieux de vie avec des flux interterritoriaux plus que jamais présents (Vanier, 2015). Le touriste contemporain est devenu hyper-mobile et s'appréhende par de nouveaux rapports au temps, à l'espace et à l'accès à l'information (Pecqueur et Talendier, 2011). Ces mobilités touristiques trans-territoriales ainsi facilitées sont d'autant plus importantes que la définition même du tourisme tend à se confondre de plus en plus avec les loisirs ouvrant ainsi le champ au caractère ordinaire du tourisme (Knafou et al., 1997).

Nous assistons ainsi à un décalage de plus en plus marqué entre l'offre et la demande, opposant une mobilité touristique nouvelle à des logiques de frontières administratives. Effectivement, en amont d'un séjour touristique, ces frontières pourraient agir sur l'attractivité car « les politiques liées aux frontières, les différences dans les structures administratives en opposition et la barrière spatiale affectent de nombreux aspects du tourisme, y compris les motivations de voyage, la prise de décisions, le développement d'infrastructures, le marketing et la promotion et l'image du lieu » (Dallen J., 2002)³. Durant le séjour, les frontières jouent un rôle de séparation entre un « dedans » et un « dehors », l'enjeu étant de conserver les flux touristiques à l'intérieur des frontières. Or, durant son séjour, le touriste se déplace vers différentes attractions sans tenir compte des frontières administratives « invisibles ». Ces espaces fermés peuvent même devenir une moins-value car occultant des pôles d'intérêt potentiels voisins (De Grandpré, 2007). Dans ce contexte, les frontières pourraient influencer les mobilités spatiales, mais il semble que ce phénomène ne soit pas toujours une réalité, introduisant alors les destinations non-administratives. En effet, nous pouvons rappeler que « le bien touristique n'est pas observable en dehors des comportements de consommation des touristes eux-mêmes » (Smith, 1989 cité par Caccomo & Solonandrasana, 2006). En effet, les mobilités touristiques --intra séjour-- vers les

²Loi NOTRe : Nouvelle Organisation Territoriale de la République. Promulguée le 7 août 2015

³ Notre traduction de la citation originale : « Border-related policies, differences in administrative structures on opposite sides, and the physical barrier created by border scan affect many aspects of tourism, including travel motivations and decisions making, infrastructures development, marketing and promotion and image place »

différentes attractions choisies structurent les destinations au cœur d'un territoire fonctionnel, à la différence des territoires de l'administration (Guinand et Jolly, 2016). En ce sens, les mobilités influenceraient les frontières des destinations. D'autant plus que « les zones des destinations touristiques ne sont pas éternelles, elles font continuellement l'objet de révision, de nouvelle création et même d'élimination »⁴ (Gunn, 1982). Quelles seraient alors les frontières des destinations non administratives, si ce n'est l'ensemble des trajectoires au cœur d'un territoire dit « fonctionnel » ? Dans cette opposition, « œuvrer à la visibilité et à la lisibilité des destinations touristiques semble donc être l'enjeu de toute politique d'attractivité » (Fabry, 2010, p. 56). La gestion des frontières intra et extra destination apparaît alors comme un nouvel enjeu, pouvant trouver un écho intéressant dans les stratégies de «coopétition, entre concurrence et coopération.

Notre méthodologie de recherche est de nature qualitative, en effet cette approche « permet essentiellement de faire apparaître des dimensions qui ne sont pas directement visibles par le biais des approches quantitatives, comme la diversité des pratiques sociales » (Desjeux, Garabuau-Moussaoui, & Alami, 2013). L'entretien nous paraît particulièrement pertinent pour la démonstration de nos hypothèses de recherche. Dans notre approche stratégique de la destination, nous introduisons une multiplicité d'acteurs touristiques publics et privés, qui permettront d'alimenter notre réflexion sur le jeu entre les territoires touristiques, le dépassement des frontières administratives et le rôle des acteurs publics dans l'innovation. Le croisement des données recueillies devrait nous offrir des perspectives intéressantes sur l'utilisation du caractère innovant des destinations dans une démarche de développement.

MARTINS Célia, « Frontières entre intégration et subversion territoriale du *resort* : le cas portugais » - Doctorante, Centro de Investigação em Arquitetura, Urbanismo e Design, Université de Lisbonne (Portugal)
celiasousamartins@gmail.com

Mots-clés : *Resort ; Intégration ; Aménagement touristique ; Portugal.*

La transformation du territoire liée à l'expansion du phénomène du tourisme est surnommée par de nombreux auteurs touristification du territoire, qui sous-entendent deux processus de production et de développement de lieux touristiques: d'une part, l'investissement des lieux préexistants en raison du tourisme et de l'autre, la création des lieux pour promouvoir le tourisme (Stock et al. 2003 ; Équipe MIT, 2008 ; Nahrath & Stock, 2012). Cette recherche se concentre sur la seconde modalité, axée sur le *resort*. Historiquement, le développement du tourisme a été étroitement lié à la rapide diffusion des « *seaside resorts* » après son émergence en Grande-Bretagne pendant le XIXème siècle (Agarwal & Shaw, 2007). Dans le contexte de la Péninsule Ibérique, le *resort* qui commence à se développer depuis les années 1960 du XXème siècle, s'appuie sur le modèle anglo-saxon (Mazoyer, 1992) basé sur le produit golf.

Particulièrement sensible à la spéculation, les *resorts* ont leur part de responsabilité sur l'étalement urbain des zones côtières au Portugal, en tant que moteurs du développement immobilier et de l'urbanisation. Pouvant atteindre plusieurs centaines d'hectares, ils engagent un grand nombre d'investissements au niveau des équipements, des infrastructures et des services pour répondre aux exigences de la demande soumise à un déplacement et un habiter temporaire

⁴ Notre traduction de la citation originale : "Tourism destination zones are not forever; they are continually subject to revision, new creation and even elimination"

de ce lieu hors-quotidien. C'est pourquoi ils correspondent à des projets touristiques haut de gamme qui présentent un cadre rationnel fortement conditionné par son potentiel touristique associé à une expressive composante immobilière. Le grand nombre d'hébergements dominés par les typologies à faible densité avec des intérieurs spacieux et piscine privée justifie, du point de vue économique, l'équipement collectif d'accueil, surtout, le terrain de golf, dans le stade de construction du *resort* et puis, l'entretien des espaces communs, dans une phase plus avancée de leur fonctionnement.

Cette recherche est motivée par l'observation d'une forte croissance des *resorts*, au Portugal au cours des années 2000, seulement ralentie pour cause de la crise économique de 2008. À la suite d'investissements privés majeurs et en fonction de l'attente de l'augmentation de la demande touristique internationale et de la migration internationale tardive concernant les retraités anticipés des pays du Nord. Ceux-ci même qui, se déplaçant vers des zones côtières et rurales du Sud recherchant un niveau d'ensoleillement plus élevé, le coût de la vie inférieur, la sécurité et le mode de vie tranquille (Warnes & Williams, 2007; Williams & Hall, 2000). Pour cette raison, les acteurs du secteur du tourisme (promoteurs et décideurs politiques) ont saisi cette opportunité et le *resort* a été présenté comme un espace idéal pour investir.

Sur le plan spatial, cette nouvelle génération de *resort*, encouragée par un cadre stratégique des politiques publiques suivant des tendances du marché, paraît incapable d'assurer une intégration durable avec les ressources territoriales et concernant la logique de fonctionnement et l'organisation avec son environnement immédiat sans vocation touristique. De fait, ils s'inscrivent dans les territoires de manière isolée et à l'extérieur des périmètres urbains démarqués dans les plans directeurs d'aménagements municipaux, en profitant d'une condition exceptionnelle rendue possible par le cadre juridique. Le caractère unique de l'emplacement, bénéficiant d'un environnement naturel et paysager, est une des conditions de son existence. Pourtant, cette déconnexion spatiale, appuyée sur une logique individualisée, exclusive et introvertie, pose des problèmes actuels (comme les coûts des réseaux d'infrastructures urbaines, passifs territoriaux du tourisme, etc.) mais aussi futurs, dépendant de leur trajectoire post-touristique. Donc, comment pouvons-nous gérer ces contradictions et quels sont les enjeux essentiels qui doivent être atteints, du point de vue de leur planification et développement ?

Cette perspective tripartite souligne les domaines du tourisme, de l'immobilier et de l'urbanisation, dans le cadre des politiques publiques et relève les effets contradictoires inhérents à la territorialisation des espaces touristiques. Posant problème dans le processus de planification, il nécessite davantage d'attention.

En s'appuyant sur la réalité portugaise, l'enjeu de cette étude vise à apporter une contribution utile. Dans un premier temps, concernant le développement des *resorts*, mais également, le questionnement du management, de leur intégration dans la structure urbaine et territoriale.

Pour terminer, cette recherche a mis en avant deux parties: la première étant la présentation par la compréhension du terme *resort* qui s'inscrit dans une logique tripartite. Logique qui a mobilisé la notion d'intégration et ses diverses acceptions. La seconde comprenant la construction d'une grille de lecture, comment ce cadre conceptuel s'impose dans le processus de développement et de configuration territoriales qui en résultent dans le cas des clusters de *resorts* du littoral portugais.

SALLENAVE Léa, « Le 'Grenoble Street Art Fest', vecteur d'un tourisme *in* nourri de pratiques *off* » - Doctorante, Université de Genève (Suisse)

lea.sallenave@unige.ch

Mots-clés : *Street Art ; Urbanité ; Post-tourisme ; Festivalisation ; Détournements.*

Au printemps 2014 l'écologiste Eric Piolle remporte les élections municipales à Grenoble. Pour imprimer sa marque singulière dans l'offre événementielle abondante des mandats socialistes précédents, son équipe lance deux événements culturels inédits dont le « Grenoble Street Art Fest » (GSAF). Dans un contexte de « festivalisation » (Nahrath, Stock) hyper concurrentiel, il choisit l'« audace » d'après J.Catz, le principal artisan du GSAF. Durant près de 3 semaines en juin, certains murs de la ville se parent d'images inédites produites par des artistes locaux ou reconnus internationalement. D'après certains enquêtés, il s'agit avant tout d'« embellir » Grenoble « à moindre frais », en drainant des touristes dans un centre-ville parfois qualifié de « dévitalisé », de générer des déambulations nouvelles entre quartiers périphériques sud et hypercentre, de faciliter des temporalités de sociabilité, voire des « narrativités délinquantes » (De Certeau), entre métropolitains *via* l'observation commentée de fresques monumentales.

La Ville opte pour des rassemblements dits populaires car souvent gratuits et participatifs, notamment l'été, afin que les citoyens s'impliquent dans leur espace public. Se sentir un acteur à part entière de la construction urbaine commune, en investissant et commentant les espaces collectifs, est l'une des finalités prégnantes de la municipalité. Ainsi, la confrontation quotidienne à cette esthétique artistique de rue, stratégiquement appelée *street art*, motiva le soutien municipal pour un festival valorisant l'élaboration de *scenarii* colorés sur les murs. Idéalement, les habitants pourraient ainsi (re)découvrir leur ville, nouvellement « ville de *street art* » comme ironisaient certains artistes interrogés. En effet, ce qu'elle perd en originalité avec le choix désormais assez courant, voire « hégémonique », de cet art urbain comme modalité d'appréhension des territoires, elle semble le gagner par le regain d'intérêt des habitants pour leur ville, espérant susciter un goût renouvelé pour la proximité ; proximité qu'affectionnent les élus, très sensibles aux activités « zéro carbone » : les œuvres peuvent s'apprécier de façon prioritaire depuis les lignes de tram, les pistes cyclables ou à pied grâce à leur concentration sur quelques « spots ». De nombreuses villes européennes proposent aux touristes des circuits urbains dits « alternatifs » centrés sur cet art de rue, censés faire vivre une expérience authentique de la fabrique urbaine par ses natifs, depuis ses marges. Le touriste a la sensation d'emprunter des chemins détournés, buissonniers (Bourdeau ; Gravari-Barbas). Ces visites prétendument hors des sentiers battus sont en réalité bien balisées, comme lorsque les friches industrielles se transformèrent en centres d'arts à partir des années 70-80 (Kunsthalle, le Magasin à Grenoble, la Belle de Mai à Marseille). En effet, les pratiques *off* (Vivant) peuvent se labelliser, s'institutionnaliser et se transformer en tendance *in*, rémunératrice, bien que l'hybridité *in/off* soit plus pertinente dans l'analyse de ces dynamiques.

Les œuvres produites depuis trois éditions invitent à déambuler dans les territoires, à observer, discuter la nouvelle mise en scène urbaine. Malgré la récupération officielle d'un art à l'origine spontané, les détournements du GSAF par les acteurs (publics, artistes) sont multiples. Les œuvres deviennent prétextes à une flânerie oisive. Les passants se confrontent à une pratique issue de la rue, initiée par des graffeurs, véritables figures avant-gardistes d'un post-tourisme, dont les terrains privilégiés d'expression sont les espaces en friches, les interstices (Grésillon). En marquant les territoires officiellement, mais surtout officieusement, ils facilitent un regard neuf

sur les espaces que les usagers du quotidien ne percevaient plus. Particulièrement avec leurs images vandales, ils contrecarrent les paysages urbains policés, en soulignent les failles, permettant aux habitants d'être interpellés par les lieux. Ils favorisent un dépaysement de proximité alimentant un tourisme de l'ordinaire.

A partir d'entretiens semi-directifs essentiellement avec les artistes, locaux et internationaux, avec des acteurs institutionnels (politiques, organisateurs, bénévoles), d'échanges informels avec certains visiteurs grenoblois ou autres, d'observations ethnographique et participante lors de sessions graffs, de visites commentées, de rencontres entre publics et artistes, nous interrogerons le rôle joué par le Grenoble Street Art Fest dans les pratiques territorialisées de (re)découverte urbaine par les habitants. Pour cela, nous nous intéresserons aux enjeux que chaque acteur prête au GSAF et plus précisément aux pratiques exploratoires et heuristiques chez ces artistes initiateurs de longue date d'une forme de post-tourisme. Les graffeurs locaux notamment, dans leur quête de marquage de lieux, y compris les moins attractifs éloignés des hauts-lieux (Debarbieux), ouvrent des chemins alternatifs, invitent à arpenter de façon différente les territoires ; les non-lieux deviennent des supports d'expressions parfois déconcertantes. Acceptant le jeu institutionnel, les artistes interrogés ayant pris part au Festival portent néanmoins un regard critique sur ce que la festivalisation dit et fait de la ville.

Ainsi, l'esthétique « *mainstream* » et marketing du street art est parfois mise en cause et les pratiques touristiques impulsées par l'institution festivalière ne relèvent pas de la nouveauté. La visite (Bossé) *in situ* classique, menée chaque soir par des bénévoles, demeure l'un des outils privilégiés, même si la version *screen art* (Landes) prolonge l'événement sur support numérique. Certes, on relèvera une visite en langue des signes pour l'édition 2017 et, *via* Facebook, l'organisation de visites gratuites, en courant, des œuvres produites durant le festival, comme contre-pied aux visites payantes organisées par l'Office du Tourisme au succès jusqu'alors non démenti sur toute l'année.

Enfin, on peut s'interroger sur la portée et la dynamique territoriale produite par l'imagerie du GSAF : peut-elle contribuer à modifier les représentations liées aux quartiers en faisant venir des touristes et des habitants qui « osent » franchir des frontières territoriales, qui « s'aventurent » dans les périphéries quittant des centralités gentrifiées ? Le GSAF est une occasion pour interroger le pouvoir des images sur la transformation d'espaces *via* l'affluence touristique. Si ce festival peut concourir à développer un regard neuf et « touristique » sur des espaces ordinaires et quotidiens, à entraîner une forme d'attachement aux lieux soulignés par les propositions plastiques des artistes, la Ville y voit une occasion d'un dialogue interterritorial, d'un renforcement d'une cohésion socio-spatiale entre quartiers, derniers points qui laissent dubitatifs certains acteurs interrogés.

EGOUNLETI Ludivine, « Tourisme en territoire stigmatisé : Acteurs, luttes et enjeux autour de la définition de l'imaginaire touristique à Aubervilliers, Plaine Commune. Le Centre International de Séjour à Aubervilliers et la notion de « tourisme social » - Chargée de réservation au Centre International de Séjour Eugène Henaff et chercheuse indépendante en ethnologie (France)
ludivine.egounleti@gmail.com

Mots-clés : Banlieue ; Stigmatisation ; Racialisation, Image touristique ; Imaginaire, social.

« Haha ! Mais Plaine commune va devenir le nouveau Brooklyn ! », c'est à partir de cette citation, extraite d'une réunion avec les hôteliers de Plaine Commune, que cette proposition de communication a émergé.

Le territoire de la Seine-St-Denis, au sens d'E. Goffman (1963) est un territoire stigmatisé, au sens où le stigmaté se définit dans la relation avec, et dans le regard d'autrui. Il renvoie aux réactions sociales qu'il suscite et aux efforts du stigmatisé pour y échapper. Concernant la Seine-St-Denis, les médias, ont joué un rôle non négligeable dans l'évolution de cet imaginaire. Dans l'après-68, ce qui apparaissait quelques années plus tôt au JT comme une solution au logement prend progressivement une teinte négative, et la question de la violence et de l'insécurité devient peu à peu une conséquence directe de l'environnement insalubre et du chômage croissant (Borelli, 2009). Ainsi, la fréquentation touristique est loin d'être évidente. Le territoire est un « lieu ordinaire » sur le plan touristique, c'est-à-dire, une zone hors des attractions touristiques « traditionnelles » que Pierre Vitte décrit comme « des territoires non touristiques, car non identifiés et non reconnus comme tels, échappant aux normes structurelles et fonctionnelles des lieux dits touristiques. » (1988).

Depuis les années 1990-2000, se développe en France plus particulièrement un « tourisme de banlieue » pour reprendre la notion proposée par Jacquot, Gravari-Barbas et Fagnoni (2013). Par ailleurs, dans l'évolution des pratiques touristiques apparaît également la valorisation de l'immigration souvent liée à des quartiers en dehors des espaces touristiques centraux (Shaw, Bagwell et Karmowski, 2004 ; Rath, 2007) ou encore la diffusion et mise en valeur de formes artistiques alternatives. C'est le cas des balades urbaines autour du street art proposées sur le canal St-Denis.

Ces « nouvelles » formes de tourisme sont caractéristiques du territoire de la Seine-St-Denis. Il s'agit d'une zone urbaine, anciennement industrielle, où le street-art, un art originellement revendicatif, et la présence importante de populations immigrées, font partie des caractéristiques stigmatisant du département. Ce développement du tourisme alternatif répond alors à une logique d'inversion du stigmaté, de « tourisme hors des sentiers battus » (Hascoët, Lefort, 2015).

La communauté d'agglomération de Plaine commune, de laquelle fait partie la ville d'Aubervilliers, s'inscrit également dans une politique de développement touristique à travers une politique de valorisation du patrimoine (Jacquot, 2015). En 1993, avec la publication du Livre Blanc du tourisme par le député-maire Braouezec, l'accent est davantage mis sur ce qui constitue spécifiquement un patrimoine de banlieue (Jacquot, Gravari-Barbas, Fagnoni, 2014), plus qu'un patrimoine en banlieue.

P. Braouezec considérant la valorisation patrimoniale comme outil d'inversion du stigmaté, quelle place au sein de ces politiques de revalorisation, pour les habitants et leur parole, cible de stigmatés économiques, sociaux et ethniques ?

C'est ce que met en exergue cet extrait de la réunion d'hôteliers de Plaine Commune. Bien qu'il serait biaisé de généraliser les politiques touristiques de Plaine Commune à une seule citation, celle-ci met néanmoins en avant une problématique sur laquelle il convient de se pencher.

En effet, le fait de se projeter à travers les initiatives touristiques de Plaine Commune, dans un « nouveau Brooklyn » révèle une dimension centrale du processus de transformation de la ville de Brooklyn, qui est celle de la gentrification et de la dimension ethnique de celle-ci.

La comparaison entre Plaine commune, avec une forte population d'immigrés, et Brooklyn, avec sa forte population afro-américaine, renvoie à la dimension ethnique, sans pour autant la mentionner. C'est ce qu'analyse L. Boukhris dans son travail sur la « Paris Noir », une initiative de Kévin, un jeune antillais organisant des visites de Paris en mettant en avant l'histoire et le rôle des Noirs dans la ville de Paris. A travers cette étude, elle montre comment le projet du « Black Paris » reflète l'état actuel du débat français sur la question coloniale et raciale, et la violence de

l'internalisation des minorités ethniques.

Le Centre International de Séjour Eugène Hénaff à Aubervilliers est un centre hôtelier intégré à une association comprenant un Foyer de jeunes travailleurs, un pôle éducatif pour l'accueil des jeunes mineurs isolés, un restaurant de collectivité, un pôle d'insertion, et le centre de séjour. D'abord mis en place pour accueillir les groupes scolaires en visite à la cité des Sciences et de l'Industrie, le CIS s'est ensuite développé, puis diversifié, et accueille aujourd'hui des touristes individuels. Cette diversification de la clientèle entraîne des nouveaux modes de fonctionnement, comme l'adoption d'une stratégie de communication et de marketing, afin d'amener de nouveaux clients.

La politique tarifaire et partenariale du CIS favorise l'accès à l'hébergement de publics défavorisés pendant la trêve hivernale et tout au long de l'année, ce qui permet le brassage de publics diversifiés. Quotidiennement, se croisent dans les locaux de l'association ALTERALIA : jeunes travailleurs, mineurs isolés, employés en réinsertion, personnel municipal, scolaires, employés de l'association, ouvriers, touristes...C'est ainsi que l'on retrouve des avis de clients du CIS sur les plateformes numériques tels que « on dirait un centre pour réfugiés », « aucune mention sur le site pour dire que cela est en fait un foyer pour jeunes en difficulté » « Les 3e et 4e étages sont des centres d'accueil pour des gens à la rue » « l'hôtel est vraiment « basic » fréquenté par de nombreux étrangers » ou encore « trop d'étrangers », résultant du fait que le CIS soit désormais soumis aux avis des clients individuels sur les plateformes touristiques.

A travers la construction d'images touristiques (Urry, 1995) du CIS, comment la question d'un nouveau tourisme urbain croise-t-elle celle de la portée ethnique du processus de gentrification de la Seine-St-Denis liée au développement du Grand Paris ? Les frontières symboliques, mentales (Fassin, 2010), administratives (comme le montre par exemple la gestion de la file d'attente au département des étrangers de la préfecture de Seine-St-Denis) du territoire alimentent-elles l'image d'un tourisme « exotique » aux portes de Paris ?

Dans un contexte où les frontières des espaces et des pratiques touristiques ne cessent d'évoluer, et où le tourisme « hors des sentiers battus » reste finalement le privilège d'une classe moyenne ou supérieure (Delaplace, Gravari-Barbas, 2015) il restera pour le CIS à construire et définir le label de « tourisme social » au croisement des différentes luttes politiques, sociales et raciales que reflètent la diversité des acteurs gravitant autour de ce centre.

Session 3 : Le tourisme face aux frontières culturelles: possibilité de rencontre ou construction d'une altérité ?

WALTERS Erica, « Hunting for Truffles and Self-Truths in Perugia » - B.A. in Anthropology, West Chester University of Pennsylvania (Etats-Unis)

Ew812919@wcupa.edu

Keywords : *Other ; Cultural ; Authenticity.*

When we arrived the wine maker greeted us and showed us his new bottling method. A state of the art mobile bottling factory had arrived in his yard earlier that morning and was being cleaned by the two men who came with it. Slowly, the other men start to arrive. Other farmers primarily, who came to see their friends new and exciting piece of temporary equipment. Our ride home back to Perugia that day was filled with gracious thank-yous to the wine-maker, and exclamations of "That was so cool!". Why was I experiencing such an intense reaction to the

events of the day? All I had done was work on an assembly line and taken a lunch break with the other workers, But that wasn't all I had done. I had worked with the men, I had been welcomed into their social folds, I had become privy to their inside jokes and personalities. I had been un-othered.

For the traveler who wants an authentic experience, or one that is vastly different from the day-to-day, they can expect to be confronted with the cultural other for the entire duration of their travel. Stories of strange dances, food practices, and social customs come home with the traveler to be told over coffee. These experiences soon became a status symbol. Just as the curiosity cabinets of renaissance Europe; exotic experiences from abroad became the new, highly coveted, rare and expensive seal of status. This realization is important for tourism studies. Travelers need to feel as though they are in a different world and they want to experience it in a specific way. Tourism companies have done this through experiential tourism. Taking tourists out of hotels and buses and putting them in kitchens, factories, and farms. Not only does the 'cultural other' concept apply to the people tourists encounter, but it also applies to the time and place in which their experiences are happening, ie special othering.

I argue that in order for an 'authentic' experience to occur, cultural otherness must be maintained by both parties; host and guest (Smith, 1989). For example, an Italian vacation farm called an agritourism forces you to recognize (just by the name) that this experience is made specifically for tourists. Everything is old, the producers, the grounds, the methods, and the tools. The people have a specific knowledge; bread-making, cheese-making, or farming, and they are kindly allowing us into their home to see their ways. However, this is not their home, this is a place for tourists. The public-style bathrooms, and large dining areas inside the old barn clues us in. "these Others are highly seductive entities that promise encounters with the enchanted worlds of a past golden age, the wonders of an authentic or divine nature, or alternatively futuristic glimpses of worlds to come" (DiGiovine and Picard, 2014, p.2). The people other themselves; with their language and knowledge. They other the space by filling it with historical objects and unique smells. We other ourselves by taking pictures, commenting to each other and looking fascinated when the farmer hands us fava beans. One of the girls even individually authenticates the cheese process further by exclaiming "That's how they do it in Mexico!", referencing her heritage. The cultural other is the icing on the cake of authenticity.

The student from Mexico recognized her heritage (real or imagined) in the cheese-making of an old Italian man on a farm in Umbria, so in a way, he becomes somewhat un-othered. His knowledge is no longer uniquely his own. However, this student would argue that this experience was one of her favorites. This is because she had discovered the other within herself. "Otherness and its presumed magic are not other to, but always intimately and often uncannily within the Self" (Picard, 2011, 2012 qtd DiGiovine and Picard, 2014, p.3). There was a magic for this student in being away from home, being with a new group, experiencing something special and unique, and seeing herself there. The other within the Self is the paramount of others, it's the one that authenticates the experience the most. It is a process, however, and not all tourists get this fulfilling experience. "Following Arnold van Gennep's (2004 [1909]) and, later, Victor Turner's (1995 [1969]) work on the ritual process, it has been observed that the first part of the touristic journey is usually marked by a preliminary (or separation) phase of departure (e.g. the separation from home, the travelling to a destination, the arrival at the destination) and a liminal phase marked by the enactment of various tourism practices in the destination (Adler, 1989; Di Giovine, 2009; Graburn, 2002; Lett, 1983; Seliinniemi,2003, qtd DiGiovine and Picard, 2014, p.17). The liminal phase in which one is separated from the person they are every day, allows for a specific

kind of creativity. Without the confines of everyday societal expectation, a person is free to explore themselves and; hopefully, change some aspect of themselves. Authenticity is constructed in the mind of the individual through different sociocultural processes; this makes it a very fluid concept. Often times, a tourists' feeling of fulfilment is tied to how authentic they have perceived they experience to be. If a tourist discovers a cultural other within themselves and feels personally connected to their experience, it will authenticate the experience in their mind.

In conclusion, all forms of otherness can be experienced by tourists and often are. The relationships formed around Others is the last ingredient that creates authenticity in the mind of the tourist. "Tourism seems governed by a ritual process that attempts to reconnect to such forms of Otherness, to revive the underlying cosmological order and re-empower the person" (DiGiovine and Picard, 2014, p.20). The self-reflexivity each person is allowed during travel also leaves room for self-realization and revitalization. By discovering a new piece of themselves through self-authenticated experiences, new ideas and definitions of self are created and negotiated within the tourist; building onto their imaginary and making the experience a successful one.

GARCIA DE TERESA Marcos, « Frontières et rituels dans le tourisme chamanique à Huautla de Jiménez (Mexique) » - Doctorant, IRIS, École des Hautes Études en Sciences Sociales, Paris / Universidad Autónoma Metropolitana – Iztapalapa, Mexico (France et Mexique)
mgarcia.deteresa87@gmail.com

Mot clés : *Tourisme chamanique ; Authenticité ; Rituels ; Mazatèques.*

Depuis quelques années, plusieurs travaux ont été publiés sur les touristes qui cherchent à avoir des expériences hallucinogènes dans le cadre de pratiques indigènes traditionnelles. La ville de Huautla de Jiménez (Oaxaca, Mexique) est une destination emblématique pour ce genre de tourisme. Depuis les années 1960, de nombreux étrangers se rendent à Huautla pour participer à des cérémonies dans lesquelles des champignons hallucinogènes sont consommés sous la supervision d'un chaman mazatèque. Ces champignons sont interdits par la loi mexicaine, mais leur usage est toléré s'il s'effectue dans le cadre de pratiques religieuses indigènes. Les touristes qui se rendent à Huautla souhaitent expérimenter les effets des hallucinogènes mais visent aussi à entrer en contact avec une population indigène qui conserve d'anciens rituels religieux. Dans cette contribution, je montre comment la recherche scientifique et le journalisme ont largement contribué à dessiner les frontières sur lesquelles s'appuie l'expérience touristique à Huautla, en me basant, d'un côté, sur le travail de terrain que j'ai réalisé à Huautla de Jiménez depuis 2009 et, de l'autre, sur l'analyse des carnets de terrain et de la correspondance des auteurs qui ont fait connaître les champignons au grand public.

En effet, les travaux de Gordon Wasson ont contribué à faire de la consommation d'hallucinogènes dans un contexte rituel un produit destiné aux visiteurs étrangers. La rencontre entre Wasson et la guérisseuse mazatèque María Sabina s'est constituée comme le mythe fondateur du tourisme à Huautla. Les descriptions de cette rencontre sont structurées sous la forme d'un récit d'une découverte. Sur un plan botanique, il s'agit de la découverte de quelques espèces de champignons hallucinogènes. Sur le plan anthropologique, cette rencontre témoigne de la persistance de l'utilisation de ces champignons dans des rituels indigènes. Finalement, il s'agit pour Wasson d'une découverte sur un plan spirituel, subjectif, car il affirme avoir expérimenté l'extase pour la première fois sous les effets des champignons fournis par María Sabina.

Les touristes qui se rendent à Huautla cherchent donc à transgresser des frontières culturelles et psychiques sous le modèle décrit par Wasson. La participation à un rituel de guérison indigène manifeste la volonté de dépasser une frontière culturelle et d'adhérer à la « médecine traditionnelle » mazatèque comme une alternative aux soins occidentaux. La « figure mythique du chaman », attendue par touristes et anthropologues, représente ici une altérité inaccessible qui garderait des savoirs cachés aux occidentaux. Pour les touristes, il s'agit également d'une transgression à un niveau moral et légal car les champignons sont interdits par la loi et considérés dangereux pour la santé par une large partie de la société mexicaine. Finalement, il est aussi question de dépasser une frontière psychique, dans la mesure où les hallucinogènes sont censés permettre de franchir les limites de notre perception et d'atteindre un état de conscience « altérée ». Les acteurs locaux s'adaptent alors aux exigences des touristes et mettent en scène les frontières culturelles que les touristes espèrent à la fois transgresser et (re)découvrir.

La vente des champignons constitue une arène dans laquelle les attentes et les désirs des touristes et des chamans locaux s'affrontent et se négocient. Les chamans, comme les touristes, argumentent que les champignons « n'ont pas de prix », car il s'agit d'un don offert par Dieu dont les effets s'apparentent à une expérience religieuse. Le caractère marchand de la vente de champignons aux touristes est alors dissimulé par un rituel d'hospitalité et de guérison sacrée. En effet, la vente prend souvent la forme d'un troc de champignons contre des vêtements ou des produits électroniques. Les acteurs qui accueillent les touristes s'engagent alors dans une lutte de légitimité dans laquelle revendications d'authenticité et accusations de charlatanerie sont mobilisées. Les travaux de Wasson et l'image de María Sabina sont essentiels pour comprendre les critères qui définissent l'authenticité ethnique revendiquée par les acteurs locaux et recherchée par les visiteurs étrangers.

La diversité et la complexité des profils qui visitent Huautla à la recherche des champignons hallucinogènes compliquent l'établissement de frontières qui distinguent les touristes des apprentis chamans, des journalistes ou des scientifiques. Parmi les étrangers et les acteurs locaux, une classification des touristes distingue les « hippies » des personnes qui s'intéressent vraiment à la médecine indigène. De façon similaire, les auteurs qui ont écrit sur les champignons à Huautla cherchent à distinguer entre les personnes qui ont réalisé une véritable recherche scientifique sur les hallucinogènes et son usage rituel des personnes qu'ils qualifient de « promoteurs du tourisme ». Ces frontières sont généralement floues car la recherche scientifique a contribué à la création d'une altérité mazatèque qui est maintenant mise en avant par le tourisme.

Les cérémonies avec champignons proposées aux touristes permettent de ritualiser les frontières culturelles et l'altérité à plusieurs niveaux. Ces rituels marquent et réaffirment la distinction entre touristes et indigènes d'une part, mais aussi, d'autre part, entre les étrangers qui adoptent les traditions locales et ceux qui ne le font pas. Aussi, la consommation de champignons est devenue l'un des critères principaux pour distinguer les mazatèques des autres groupes ethniques de la région. Ainsi, le tourisme chamanique valorise et récupère les traditions indigènes locales tout en situant l'identité mazatèque dans un passé immémorial.

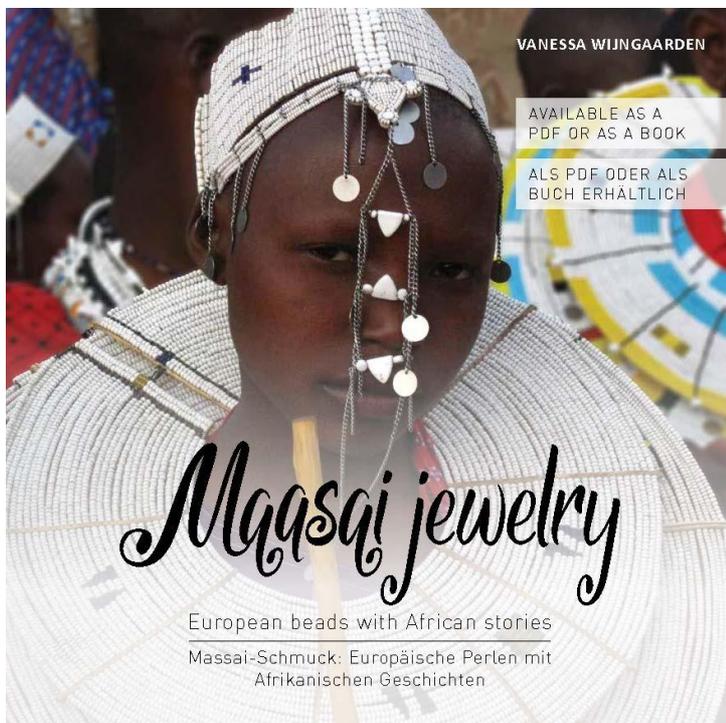
WIJNGAARDEN Vanessa, exposition « Maasai beadwork: European Beads with African Stories », PhD, University of Bayreuth (Allemagne)

vanessa.wijngaarden@gmail.com

Keywords : *Souvenirs ; Cultural tourism ; Authenticity, ; « Othering » ; Maasai.*

This is a multi-media exposition which plays upon stereotypes of Africa and authenticity, showing the intricate interconnections between Africa and Europe. The story underlying the exposition illustrates how the colorful glass beads, which play such an important role in what is often described as 'traditional' and 'exotic' Maasai culture, actually come from Europe. Tourists who buy beaded objects sometimes find 'originals' but are also confronted with 'tourist replicas', not being aware of the intersections between the dynamic fashions prevalent in both realms. In either case, when buying beaded souvenirs, tourists bring the beads back to their place of birth. Glass beads first arrived in Africa from the first millennium AD through the trans-Saharan and coastal trade. As they were produced in India, these beads were very expensive and only used by royalties and in the courts. From 1480 onwards, the mass import of beads from Europe to East Africa started most notably from Venice and Murano in Italy, from the Bohemia region, and from the Netherlands, accumulating until in the late 19th century huge amounts of beads were used as trade goods (Carey 1998, Straight 2002).

Although readily available, Maasai did not develop an interest in the beads for quite some time. The Ittalala age-set, who were warriors from 1881 until 1905, were the first to use larger numbers of beads to decorate themselves. Previous age-sets used to paint their bodies and shields to distinguish between themselves, but now, as a result of colonial pacification, warriors were prohibited to wear their weapons in public. Within a period of twenty years, the entire repertoire of beaded ornaments that is used today was developed, each item making a public statement about the wearer (Vierke 2009).



Primarily, the specific ornaments and colors indicate whether someone is Maasai or belongs to another ethnic group, as Maasai beadwork answers to certain aesthetic rules. Secondly, the different sections or clans of Maasai use specific beads and color combinations to indicate their affiliation. Finally, a person's beadwork reflects his or her position in life, as the belt of a young woman is different from the belt of a young man, and the earrings of unmarried girls are different from those of married women (Klumpp & Kratz 1993, Somjee 1977).

Despite these strict cultural rules, beadwork fashion is highly dynamic: Each new generation develops a particular style, including certain materials, color placements and symbols that unite and

identify them. Approximately every seven years, a group of new warriors is circumcised into

manhood, after which the old warriors retire as elders. In a spirit of creative competition, the girlfriends of the new warriors are determined to make ornaments that make their boyfriends and themselves outshine the previous age-set.

Some changes in the fashion are initially the result of a shortage of beads of certain types or colors, due to changes in the global networks of trade, a good example being the blocking of the Suez Canal during the third Arab Israeli war (Vierke 2009). Other changes are due to the competitive sphere of rivalry and innovation, and often contain symbols that are associated with Europe. The Iseuri age-set, circumcised in the 1950s and 1960s, chose the telegraph pole as their symbol, using it as a reference to the speed of communication these warriors had with their girlfriends. The next major age-set Ilkitoip elaborated on this theme by adding a large button eye on top of the telegraph pole, which symbolized the swirling blue light of a police car. They chose the police emergency number 999 as their symbol. Succeeding age-sets created ornaments with a helicopter rotor blade, as a helicopter clearly can get lovers together even faster than any police car (Kratz & Pido 2000).

Tourists are often quite surprised and a little disappointed when they find out that the colorful beads the Maasai use to create their ornaments are imported from Europe. They like 'authentic' African beadworks, but it is questionable to which extent these exist. It is true that some beaded ornaments are adapted to tourists' preferences in color, style and design. Maasai women for instance started to use colors they would not use in their own beadwork, just because tourists liked them. As a result, there is the fear of Maasai beadwork becoming alienated from tradition and polluted by outside influences.

However, Maasai beadwork for personal use largely forms a realm separated from tourist arts meant for external sale. For example, ornaments for tourists are often made of cheaper Chinese beads and their designs are adapted so Westerners can wear them. Some traditional items have such symbolic significance that they cannot easily be sold, such as the Elekitatiet belt, which a lady makes for her daughter-in-law to bless her after her first delivery. However, several innovations initially directed at tourists, were reinterpreted and redefined to end up as a Maasai form. For example, the beaded helicopter blades designed in the 1980s as an age-set symbol, were a redefinition of the shape of a beaded bow tie, which was originally developed as a gimmick for the tourism market.

As the tourism industry has become of increased importance to Maasai life, it has finally influenced the beadwork that Maasai wear themselves. Now, uncircumcised boys in the city wear beaded necklaces in Rastafari colors, and warriors buy beaded straps that give their watches a Maasai touch. Maasai beadwork continues to be the result of the interaction between European and African cultures, and there is nothing isolated or timeless about it. Rather than exotic and disintegrated, it forms an ever-changing, multi-cultural realm of exchange of materials and ideas between Africa and Europe.

WIJNGAARDEN Vanessa, FILM « Eliamani's homestead », PhD, University of Bayreuth (Allemagne)

vanessa.wijngaarden@gmail.com

Keywords: *Cultural tourism ; Intercultural encounters ; « Othering » ; Maasai ; Reflexivity.*

Eliamani's Homestead was made by selecting a section of material that was originally filmed for research purposes during the summer of 2012 at a small, locally owned ecotourism

project that involves camel safaris on the savannah in Northern Tanzania. The wider research concerned the interplay between images of 'the other' and interactions with 'the other' in cultural tourism. It provides a detailed description of Maasai' and tourist' images of each other and how these are influenced as a result of their encounters. It shows how and why imagery of 'the other' persists even if the experiences with 'the other' do not fit with these stereotypes.

The long single shot that comprises the documentary short film have been left uncut and without voice-over, and as a result include jerky camera movements and out of focus passages. The audience thus accesses the encounter in a very raw and direct way, following the events when Dutch tourists visit a hungry Maasai family in real time. This gives the viewer a feeling of 'being there', looking through the camera's eye, which is related to Rouch's ideas on reality cinema (Eaton 1979, Perrault, Brault & Carriere 1963, Rouch 1958, 1961).

However, the audience has a privileged bird-eye's view that is not accessible for any of the participants, because, as the filmmaker/researcher, the viewer has access to the four languages (Maa, Swahili, Dutch and English) which are being spoken. The yellow and white subtitles translate what hosts as well as guests express, in communication with 'the other', but also privately within their own group. Out of dozens of hours of recorded interactions between tourists and Maasai, this particular segment was selected because it showcases a variety of events that illustrate some more general findings on host-guest encounters.

Maasai and tourists engage in cultural tourism interactions because of the differences that exist between them. Tourists are drawn to Maasailand due to the cultural difference they can experience, while Maasai primarily engage in tourism because of the difference in wealth that exists between them and tourists. Although they defer in the specifics, the incentives and fears Maasai and tourists have when interacting with 'the other' are intimately connected and there are some striking parallels, especially in the realms of fears.

Maasai as well as tourists fear being viewed as naïve or ignorant by the other party, and being exploited as a result of their ignorance. Both sides exaggerate the profit 'the other' makes in the encounter with 'the self'; Maasai seriously overestimate the profits that tourists will make from their pictures while in similar fashion tourists blow out of proportion the value their money has in Maasailand. Both sides fear that the 'the other' is only seeing 'the self' as an instrument to satisfy his own interests, tourists worrying that Maasai only engage with them for selling beads and Maasai worrying tourists' only desire is to take pictures. Both sides fear being dehumanized and 'used', that is, the social contact is not for the sake of genuine interest and sincere sociability, but only instrumental for 'the other' in order to satisfy his material interests, the displayed friendliness being 'fake'.

Tourists fear that they are reified to cash cows, which can clearly be seen by the tourists' strong emotional reactions when negotiating about prices, eight minutes in the film. The details of the discussion and subsequent payment show that the couple of Euros involved are not the cause of the emotional outbursts, instead it is fear of loss of face. In the same way, Maasai fear the tourists might only be interested in their cultural otherness, and reify them to a savage spectacle. A clear example can be found 17 minutes in the film, when Eliamani runs behind the house to flee from the tourist camera's gaze, because she fears the visitors are ridiculing her.

This illustrates how, in this type of tourism encounters, material interests are surely not all-important. Within a context of material and cultural difference, both sides are very concerned with how 'the other' sees them, and do not act so much based on the image they have of 'the other', but react reflexively on the image they think 'the other' had of them. These findings intersect with results in psychology where it has been observed for a long time that 'the presumed image the other has of me' is of great importance in interethnic situations. In this context, Steele

and Aronson (1995) described the phenomenon of the “stereotype threat”, which proved to be widely relevant, not only in relation to stereotypes about minorities but also to people belonging to powerful majorities (Inzlicht and Schmader 2012).



Tourists fear to be reified to a 'cash cow'



Transcribing, translating and interpreting data in cooperation with local villagers.

Lanfant explains that in the tourism context, the receiving society comes to reflect upon its own traditions and values through the confrontation with otherness signified by the presence of tourists. The reconstruction of its identity begins with the gaze of the foreigner, and finds within this gaze a point of reference which guarantees that identity. So the evaluation of the affirmation of its own identity can only be accomplished by reference to ‘the other’ (Lanfant 1995a, 36). The same is true for the tourists when they are being confronted with the subjectivity and gaze of their hosts. As reflexive beings, people are able to imagine ‘the self’ in the shoes of ‘the other’ and create an image of what ‘the self’ would look like in his eyes. We thus see ‘the self’ in the mirror that is provided by the differences through the possibility of the gaze of ‘the other’. This point is extended to the audience of the film when 15 minutes into the documentary Eliamani turns around to look straight into the filmmaker’s camera, complaining about being filmed too much. She thus makes filmmaker as well as viewer part of the problem of the voyeuristic invasion of cultural tourism. In how far is watching a documentary or doing research different than entertainment or tourism? And what does that mean for our identity as tourism researchers?

Session 4 : L'émergence de nouveaux acteurs touristiques, un facteur de renouvellement des pratiques ?

ESCALLIER Christine, « De la survie d'une économie à la survie d'une identité maritime : les stratégies touristiques de la communauté de pêcheur nazaréenne » - Maître de Conférence, CRIA-Centro em Rede de Investigação em Antropologia-Lisbonne⁵, Université de Madère (Portugal)

chrisesc@uma.pt

Mots-clés : *Tourisme ; Nazaré ; Identité ; Résistance ; Espace mémoriel.*

Le fait touristique est un fait social aux dimensions économiques, culturelles, sociales,

⁵Cette communication est financée dans le cadre du plan stratégique du Centro em Rede de Investigação em Antropologia UID/ANT/04038/2013. A comunicação foi financiada pela FCT, no âmbito do plano estratégico do CRIA, Centro em Rede de Investigação em Antropologia (UID/ANT/04038/2013).

politiques, complexe et ancien.

Phénomène de mode, le voyage touristique a évolué en fonction des époques, des désirs et des nécessités des sociétés : tourisme religieux, culturel, de santé... Les voyageurs ont longtemps eu tendance à valoriser la quête exotique en développant une attitude culturelle de goût pour l'extérieur, l'étranger, en recherchant le pittoresque, le dépaysement et une forme d'oubli.

Le secteur touristique actuel croît et malgré les crises économiques il est même l'un des rares à continuer de croître dans le monde. Il se diversifie et le touriste cherche de plus en plus à être en contact avec la nature et les hommes qui en vivent. Le tourisme devient une « économie expérientielle » selon Pine et Gilmore (1998)⁶ qui mettent en avant la valeur émotionnelle associée à une expérience.

Les zones de pêches offrent davantage que des plages et du soleil et de nouvelles activités viennent à dépasser l'offre touristique traditionnelle des stations balnéaires en proposant de partager la vie familiale et professionnelle d'artisans pêcheur tel le concept du « pescatourisme » qui propose une journée en mer pour découvrir le relevage de casier et consommé le poisson pêché. Il existe donc une offre et une demande spécifique à l'univers halieutique mais celle-ci était-elle vraiment nouvelle ?

Être pêcheur c'est exercer un métier dangereux, aux revenus aléatoires et dont la survie économique au quotidien est hautement précaire. Tant dans le tiers-monde que dans les pays en développement et même en Europe, les conditions de vie de ces communautés exigent que des stratégies soient mises en place pour pallier le manque de revenu. Hébergement, vente directe aux touristes de la production – brute ou transformée – sont les plus classiques (Portugal, Finlande, France, Espagne, Brésil, Mexique, Inde...) et sont même traditionnelles, c'est-à-dire « hors-mode ». Et si elles font actuellement l'objet d'attentions spécifiques, notamment du Comité des pêches de Bruxelles⁷, c'est pour mieux les développer, les encadrer et les protéger car dans ces stratégies, les femmes de pêcheur jouent un rôle déterminant mais rarement reconnu.

Cette communication propose d'aborder la question du tourisme non pas sous l'angle du voyageur qui se déplace mais du sédentaire qui le reçoit en décrivant les différents visages du tourisme de Nazaré, au Portugal, en fonction de son histoire tant sociale que politique et culturelle.

Son histoire est liée à une situation géographique exceptionnelle ; son plateau continental est le plus grand d'Europe, long de 227 kilomètres avec des fosses abyssales de 5.000 mètres⁸. Ces conditions offrent à la fois aux pêcheurs des zones d'activités variées (pêches locales, côtières, hauturières) permettant le développement de nombreuses techniques de captures (sennes de plage et tournante, madragues, palangres, casiers) adaptées à la richesse ichtyologique mais également d'offrir des spots aux surfeurs du monde entier en raison du swell atlantique qui transforme les vagues en une puissante houle. Nazaré est devenue la Mecque des chasseurs de vague venus surfer des murs d'eau de plus de 30 mètres⁹.

⁶ Pine II B. J., Gilmore J. H. (1998), Welcome to the Experience Economy, Harvard Business Review, July-August, pp. 97-105. The Experience Economy (1999), Pine II, B J, & Gilmore, J. H., Harvard Business School Press, Boston, Mass.

⁷ Escallier, C. (2013), Réseaux et associations de femmes en Europe. Audition publique auprès des Committee on fisheries & Committee on women's rights and gender equality. "Developing the Role of Women in European Fisheries and Aquaculture", 14 octobre 2013, Parlement Européen, Bruxelles.

⁸ Vanney, J.-R. & Mougnot, D, Un canyon sous-marin du type « gouf » : le Canhão da Nazaré (Portugal), Oceanologia Acta, 1990, vol. 13 (1)

⁹ Le surf et le bodyboard se pratiquaient déjà à Nazaré mais c'est en 2005 que l'américain Garrett McNamara découvre le site ; en 2011 il réalise l'exploit de surfer une vague de 30 m, entrant dans le Guinness Book.

C'est d'ailleurs en raison de cette violence de l'océan que les pêcheurs sont retenus à terre durant les longs mois d'hiver, leurs petites embarcations à fond plat, à rame et non-pontées ne pouvant lutter contre la puissante barre et quitter la plage qui leur a longtemps servi de zone d'échouage. Durant plus d'un siècle, les Nazaréens ont d'ailleurs réclamé la construction d'un port de façon à couper cette barre et leur permettre de sortir en mer. Ce n'est qu'en 1986, quand le Portugal est entré dans la Communauté Économique Européenne qu'une politique de développement des structures portuaires du pays a été mise en place. Nazaré faisait partie de la liste des points stratégiques définis par l'État. Cette construction n'a cependant pas résolu le problème de cette communauté de pêcheurs artisans et a même eu l'effet inverse : l'arrivée et le débarquement de la production de grosses unités venues d'autres ports du pays voire d'Europe (les chalutiers espagnols par exemple). Cette compétition perdue dès le début entraîne un changement des pratiques et une redistribution des rôles entre les pêcheurs et leurs femmes. Celles-ci abandonnent les activités ancestrales au profit d'une autre économie, celle du tourisme, un tourisme « parallèle » qui, au fil des temps, entre en concurrence avec la politique mise en place par la municipalité.

Le tourisme à Nazaré s'est développé au cours du le XIXe siècle avec la mode des bains de mer préconisés dans le traitement de certaines affections, initiée par les Britanniques au XVIIe siècle¹⁰. Ils sont les premiers à se rendre à Nazaré grâce au développement des chemins de fer. Ce tourisme élitiste de santé se voit dépassé, dans les années 1950-60, par un tourisme de masse. La révolution des transports et les congés payés ont permis le développement rapide d'un tourisme « de série » selon le terme de l'académicien André Siegfried¹¹. Dans les années 1960, le charmant bourg de Nazaré, avec ses ruelles étroites, ses maisons blanches et sa plage sans fin attirent les touristes nationaux et étrangers qui découvrent la vie locale : les pêcheurs ramenant sur la plage à l'ombre des barques aux proues en forme de bec qui semble piquer le ciel, les femmes en costume traditionnel faisant sécher les sardines au soleil... En somme la vie d'un petit port de pêche artisanale, aux modes de vie particuliers et authentiques : une très jolie carte postale !

Pourtant l'entrée du Portugal dans la CEE va bouleverser cet équilibre et son économie des pêches, paupérisant les communautés artisanales entraînant à la fois la disparition de nombreux pêcheurs mais également celle de leur identité qui ne survit aujourd'hui que grâce à un tourisme « culturel » basé sur l'artificiel, le stéréotype, le mensonge... Comment les Nazaréens s'accommodent-ils de ce produit touristique idéalisé et de l'image qu'ils offrent aux visiteurs d'aujourd'hui ?

**LAMRANI Roua, « Pour un tourisme d'intelligence territoriale : la délicate question des acteurs »
- Doctorante, Ecole Nationale de Commerce et de Gestion de Tanger, Université Abdelmalek
Essaadi (Maroc)**

rlamranii@gmail.com

Mots-clés : *Intelligence territoriale ; acteurs ; NTIC.*

I. Préambule

¹⁰ Ces nouvelles pratiques thérapeutiques bouleversent les mentalités et les flux de voyageurs. Les villes d'eaux connaissent un engouement sans précédent, fréquentées par toute l'aristocratie et la haute bourgeoisie. Des stations balnéaires anglaise naissent (Scarborough, Brighton), puis françaises, sur la côte normande (Dieppe, Etretat, Trouville) et thermales (Forges-les-Eaux).

¹¹ Aspect du XXe siècle, Rapport d'Information sur l'impact du numérique sur le secteur touristique français, Assemblée nationale, 1955.

Les territoires et leurs acteurs sont appelés, face aux impératifs de la mondialisation, à s'inscrire dans des démarches et des stratégies modernes de compétitivité, d'attractivité et de différenciation. Ils sont appelés à se saisir d'outils managériaux plus modernes et plus adaptés au contexte actuel marqué par une forte concurrence des territoires. Il est incontestable que la compétitivité et l'attractivité des territoires s'imposent de plus en plus. A cet effet, les acteurs doivent faire appel à des outils modernes permettant d'intégrer la sphère de la compétitivité.

Aussi, le tourisme s'affirme de plus en plus comme un élément stratégique du développement des économies de nombreux pays, mais sa commercialisation reste dépendante d'un système international contraignant dans ses pratiques commerciales. Néanmoins, l'irruption des technologies de l'information dans le processus économique bouleverse la vision traditionnelle de la commercialisation des voyages, offrant ainsi aux destinations touristiques une opportunité en termes de visibilité et d'autonomie internationales.

Aussi, pour s'inscrire avec un maximum d'atouts dans le processus de mondialisation, le repositionnement et la valorisation des territoires s'imposent-ils aux décideurs publics et aux collectivités locales pour tirer profit de cette tendance. Les nouvelles technologies de l'information et de la communication s'imposent alors de plus en plus, devenant un des volets primordiaux faisant partie du dispositif d'intelligence territoriale.

II. Problématique

Les NTIC dessinent-ils les nouvelles frontières du tourisme, et dans quelle mesure ?

III. Intelligence territoriale et développement (NTIC)

Dans ce paragraphe, nous allons essayer d'expliquer dans quelles mesures les NTIC dessinent les nouvelles frontières du tourisme, et comment elles les dessinent.

Pour plusieurs acteurs, les NTIC ont résolument redessiné les frontières du tourisme. A cet effet, l'information joue un rôle primordial dans la constitution et le développement des territoires, de telle manière que les NTIC sont aujourd'hui assez prégnantes. Il s'agit bien de créer un environnement d'apprentissage propice au développement territorial par la diffusion de ces connaissances multiples.

Les TIC semblent brouiller les points d'appui communicationnels et traditionnels du pays en intervenant dans la géographie des échanges. L'extension de ces nouvelles techniques naît d'un intérêt manifesté par leurs utilisateurs.

IV. Effet de l'utilisation des NTIC en termes de tourisme : Cas du Maroc

Les NTIC jouent un rôle très structurant pour le tourisme, l'enjeu est important pour aujourd'hui et les années à venir.

Actuellement, avant d'être visitée par un touriste, une destination est médiatisée et commercialisée via les nouvelles technologies de l'information et de la communication. Le touriste a généralement une idée sommaire de la destination qu'il souhaiterait visiter, et la culture des NTIC est de plus en plus vulgarisée.

Une fois la destination découverte chez soi, via son petit écran, le touriste plonge incontestablement dans un voyage virtuel tout en ayant tous les ingrédients nécessaires à la bonne connaissance des endroits à visiter, les commodités, les moyens de transports, etc. bien avant d'y mettre les pieds. Il peut même réserver son hébergement via les sites Internet, dont l'un des plus connus est Airbnb par exemple. Ce sont des sites réputés dans le monde entier et qui présentent des offres très intéressantes que le touriste peut découvrir instantanément dans des temps très réduits.

V. Quelques recommandations pour une stratégie NTCI touristique

Les quelques recommandations en termes d'NTIC énumérées ci-dessous peuvent s'avérer non négligeables :

- L'organisation et l'anticipation de l'offre territoriale ;
- La mise en place des outils et perspectives « d'intelligence territoriale » ;
- La construction et la transmission d'un message clair autour d'axes fédérateurs.

ALVES Daiane S., « Vers un développement participatif du tourisme ? Une regard sur quelques expérimentations participatives au Brésil » - Doctorante, ART-Dev, Université Paul Valéry Montpellier III (France)

daianeseno@hotmail.com

Mots-clés : *Tourisme ; Participation ; Population locale ; Pouvoirs publics ; Développement durable.*

Le contexte touristique mondial actuel change à la même vitesse que l'on est capable d'aller d'un bout à l'autre de la planète. Ces changements ne se produisent pas uniquement dans des questions temporelles, spatiales, culturelles ou commerciales, mais également dans la gestion de l'activité. Bien que le pouvoir décisionnel en matière de tourisme sur les territoires soit souvent accordé au secteur public (parfois en codécision avec des acteurs privés), nous voyons apparaître dans la scène touristique locale aujourd'hui de nouveaux acteurs prêts à mettre en œuvre leurs "capacités" (dans le sens d'Amartya Sen) pour construire de nouvelles réalités : les habitants.

L'idée d'un tourisme participatif peut pourtant être comprise de deux façons différentes et il convient de clarifier quelle acception du terme est adoptée ici. Dans le langage des acteurs économiques du tourisme, le tourisme participatif représente l'immersion des visiteurs dans les modes de vie locaux et en contact avec les résidents. Cette pratique associe souvent une partie de la population à l'accueil des visiteurs et aux activités et services proposés durant leur séjour.

Dans la deuxième signification du terme, qui est celle de cette communication, la population participe au tourisme en tant que décideur à côté des autres acteurs, publics et privés. Elle prend ainsi part aux débats autour du développement et des politiques touristiques pour décider sur l'avenir de son territoire. Afin d'éviter une confusion entre les deux acceptions, nous préférons le terme développement participatif du tourisme à la forme plus courte de tourisme participatif.

Pareillement, la participation est un vocable largement utilisé aujourd'hui et qui peut prendre différentes formes : publique, citoyenne, populaire, sociale... L'idée de participation communautaire est pourtant celle que nous adoptons puisqu'elle fait référence à "[...] l'implication des personnes d'une communauté dans des projets objectivant la solution de leurs propres problèmes" (Harvey et al., 2002, p. 177), sans pour autant limiter cette participation aux citoyens. Cette participation est représentée dans nos études empiriques par des dispositifs institutionnalisés volontaires, qui sont des formes moins rigides de participation que pratiquent des personnes, seules, en groupes structurés ou en rassemblements spontanés (Lanmafankpotin et al., 2013).

L'objectif de cette communication est de débattre une nouvelle voie de développement touristique plus "participative". Ce développement participatif du tourisme prône de nouveaux moyens de gestion (ou de gouvernance) à travers le rapprochement entre acteurs touristiques (publics, privés, institutionnels, etc.) et non-touristiques (les habitants ordinaires) d'un territoire

lors de débats et prise de décision. Pourquoi impliquer les habitants dans le développement touristique ? Comment légitimer cette participation au tourisme ? La réponse à cette question renvoie nécessairement à la façon dont l'activité touristique s'est développée en Occident et l'intérêt à développer un tourisme plus durable.

Le tourisme qui commençait à être développé dans les années 1950 était utilisé comme moteur pour favoriser la croissance économique des pays. Cependant, il s'est montré autodestructeur, un cas classique où l'on "tue la poule aux œufs d'or" : les impacts provoqués détruisent les raisons pour lesquelles les touristes se rendent dans les destinations (Tyler, 1989, p. 38). L'émergence de ces problèmes a montré la nécessité de changer les stratégies adoptées et de chercher un développement plus durable du tourisme. Or développement durable et participation sont deux notions inséparables aujourd'hui.

Les deux concepts se sont notamment rapprochés suite au Sommet de la Terre de Rio. Avec la Déclaration sur l'environnement et le développement, rédigée en 1992, la participation était toutefois défendue surtout pour les décisions en matière d'environnement. Cependant, aujourd'hui, la participation est reconnue comme l'une des conditions à l'atteinte d'un développement durable et pour toute question capable d'influer le cadre de vie des habitants. Or si le tourisme est une activité économique qui impacte, positivement ou négativement, les destinations, les communautés devraient pouvoir se prononcer et participer à la prise de décisions.

Par ailleurs, le rapprochement des administrés aux gouvernements va à l'encontre de l'idée de gouvernance (action de gérer, gouverner, de façon décentralisée), condition sine qua non d'opérationnalité du développement durable (Combe, 2015). Certains auteurs (Létourneau, 2009) affirment même que l'objectif du développement durable est de rallier les acteurs, économiques, politiques et sociaux.

L'abondante littérature sur le thème énonce plusieurs avantages de la participation. Concernant la communauté et la qualité de vie locale, la participation consolide les relations sociales et le bien-être dans la communauté tout en construisant le capital social nécessaire pour le développement dynamique local et la poursuite d'objectifs plus larges de la communauté (Lebovics, 2007).

Au niveau de la politique, l'ensemble du processus politique peut être amélioré en faisant ressortir les hypothèses, les intérêts et les valeurs cachées derrière les différentes opinions (Harmonicop, 2005). Parallèlement, faire intervenir directement les habitants peut aider les élus à prendre des décisions plus pertinentes et adaptées aux nécessités locales, et donc plus acceptées par les gouvernés car ils aident à les formuler (Blatrix, 2010).

Dans le tourisme, certains auteurs soulignent l'importance majeure de prendre en compte la satisfaction de la population locale (Caccomo, 2007) ainsi que de promouvoir une collaboration élargie de toutes les parties prenantes (Lopez Lopez et De Esteban Curiel, 2010) en vue d'un tourisme durable et des produits touristiques moins "agressifs" au territoire.

Dans la pratique, quels bénéfices et blocages existent dans des processus participatifs dans le tourisme ? Nous chercherons répondre à cette question au travers d'une étude empirique exploratoire sur quatre projets participatifs au Brésil. Cette étude nous permet de vérifier, entre autres, que l'un des freins à la participation est la mobilisation des acteurs et l'absence d'un vrai engagement.

Cette implication des acteurs peut par ailleurs être liée aux bénéfices produits. Dans les cas

où les gouvernements sont engagés et arrivent à mobiliser les acteurs (y compris les habitants), des résultats positifs sont plus facilement identifiables. Contrairement, l'absence d'un des acteurs est une barrière à la production de retombées positives. Finalement, un développement participatif du tourisme au Brésil est-il envisageable ?

LOISY Marine, « L'habitant : nouvelle pépite du tourisme ? Places et rôles des Parisiens dans les activités touristiques de la capitale » - Doctorante, IIAC-LAHIC, Ecole des Hautes Etudes en Sciences Sociales, Paris / CIFRE à la Mairie de Paris (France)

marine.loisy@orange.fr

Mots-clés : *Tourisme ; Paris ; Habitant ; Local ; Participatif.*

Faire de Paris la ville qui accueille le plus et le mieux au monde, voilà une des ambitions politiques affichées par Anne Hidalgo lors de sa campagne en 2013. Attirer plus de visiteurs dans une des villes les plus touristiques se conjugue aussi avec la question de l'hospitalité. Or, accusés de mettre en péril le mode de vie et la tranquillité des habitants, de favoriser une hausse des prix de l'immobilier et une « disneylandisation » de certains quartiers, les touristes sont parfois pointés du doigt, comme c'est ouvertement le cas à Barcelone et à Venise. C'est dans ce contexte que la Ville de Paris a souhaité, notamment à travers mon travail de recherche, se pencher sur les enjeux liés à la cohabitation entre les habitants et les touristes. A ce sujet, cette présentation vise plus particulièrement à apporter un éclairage sur la place des habitants, en analysant les pratiques de résistance et d'appropriation par les Parisiens dans le contexte de l'activité touristique sur leur territoire.

Nous allons donc analyser les nouveaux rôles que peuvent désormais occuper les habitants dans le paysage touristique urbain à Paris. Quels sont les mécanismes par lesquels et pour quelles raisons les Parisiens se (ré)approprient leur espace urbain dans le contexte du tourisme ? Qu'est-ce que ces initiatives nous disent de la place du « local » dans le système touristique ? Comment les initiatives des habitants tendent à redéfinir les frontières du système touristique ? Et quelles sont les conséquences de telles implications dans le tourisme urbain ?

Cette communication s'inscrit donc dans le cadre de la préparation de ma thèse en anthropologie pour laquelle j'ai mobilisé plusieurs outils méthodologiques. Mon protocole d'enquête repose d'abord sur un travail d'observation participante sur un terrain institutionnel : au sein même de la Mission Tourisme à la Mairie de Paris, ainsi que lors de réunions et d'événements impliquant d'autres institutions publiques. Mes enquêtes de terrain s'inscrivent, par ailleurs, dans le cadre de balades urbaines, visites guidées par un habitant, mais aussi dans la participation aux opérations « coup-de-poing » de la Ville de Paris. Ces dernières sont pour moi l'occasion de recueillir sur le terrain des témoignages d'habitants pour lesquels la cohabitation avec les touristes est source de conflits plus ou moins fréquents. Géographique, mon terrain d'enquête parisien se concentre majoritairement sur des quartiers appartenant à quatre arrondissements différents : Montmartre et ses alentours (18ème ar.), les quartiers du Père-Lachaise et de Belleville (20ème), le quartier des Enfants Rouges (3ème) et enfin, autour de Montparnasse (14ème). Ces quatre territoires de Paris offrent une diversité socio-culturelle, identitaire, en termes de niveaux économiques, d'imaginaires et d'attractivité touristique, tout en faisant partie des quartiers ciblés en faveur d'une décentralisation des flux de visiteurs. A ce jour, j'ai également réalisé une trentaine d'entretiens semi-directifs auprès d'habitants, d'associatifs et d'entrepreneurs du tourisme, mais aussi avec des élus, des présidents ou des représentants

d'institutions publiques comme les CDT, OT et ministères. A cela s'ajoutent un travail de recherche sur les archives de la Ville de Paris, et une analyse textuelle réalisée grâce à des étudiants en didactique des langues de l'INALCO.

Aujourd'hui, les professionnels du tourisme ne sont plus les seuls acteurs mobilisés en faveur de l'hospitalité touristique. Des dispositifs tels que les « habitants-ambassadeurs » existaient déjà au début des années 2000, mais les rôles donnés aux populations locales se sont récemment multipliés et diversifiés, tant par les initiatives privées qu'à travers les mesures d'institutions publiques. Visiter une ville « comme un local », suivre les conseils des habitants et se fondre dans leur vie quotidienne : ces pratiques ne sont pas nouvelles mais la tendance se répand et se complexifie. Depuis la création de la première association de Global Greeter Network - Big Apple Greeter - à New York en 1992, le paysage du tourisme participatif a connu un fort développement. En favorisant un rapprochement entre les hôtes et les visiteurs, ce phénomène permet aux habitants d'avoir, directement ou indirectement, un rôle crucial dans le développement des activités touristiques sur leur territoire. Aujourd'hui, plus de 50 applications mobiles et plateformes associatives ou professionnelles offrent la possibilité, à Paris, de mettre en relation les touristes et les Parisiens pour des activités gratuites ou marchandes.

Une partie des touristes en région parisienne - dont près de 80% sont des « repeaters » - cherchent désormais à visiter la capitale en dehors des grands monuments et des activités touristiques classiques. En mai 2011, Jean-Christophe Aguas et Bruno Gouyette notent que, depuis le début des années 2000, Paris connaît « un mouvement en faveur d'un tourisme alternatif qui remet en cause la célébration des monuments historiques, de l'architecture et des hauts lieux de l'histoire ». Nombreux sont les visiteurs qui cherchent de nouvelles expériences « hors des sentiers battus ». Ces pratiques touristiques alternatives sont très éclectiques mais se rejoignent autour d'une figure commune, celle de l'habitant, faisant naître ainsi le phénomène du « Paris des Parisiens ».

Ambassadeurs, vecteur, prestataire et parfois même objet du désir, les habitants deviennent un maillon essentiel de la chaîne touristique. Comme l'explique Saskia Cousin, « on demande aux habitants de regarder leur ville comme des touristes, pour avoir un regard extérieur et découvrir ses richesses », un autre rôle renforçant encore le flou entre acteurs touristiques et acteurs non-touristiques. Le géographe Sébastien Jacquot constate que, sur le territoire de Plaine Commune en Seine-Saint-Denis, « la construction patrimoniale mobilise tout d'abord les habitants comme témoins, dans le passage d'un patrimoine surtout monumental (la Basilique) à un patrimoine élargi, renvoyant à l'histoire industrielle et sociale locale ». C'est aussi ce que Sylvie Sagnes analyse à Rieux dans le cadre de visites guidées par une « figure locale » dont la « monumentalisation » est principalement reliée à son ancrage dans la commune et la mise en lumière de son identité « bien plus "authentique" qu'elle s'exprime, parce que vécue, ressentie et assumée » et que « chaque visite de l'église fournit le prétexte du déploiement de sa mémoire autobiographique ».

Ce phénomène couplant à la fois une valorisation de la dimension « locale » et une mise en scène directe ou indirecte de l'habitant a notamment pour conséquence ce que Sylvie Sagnes décrit comme « le début d'une institutionnalisation "sauvage" de cet autre patrimoine, immatériel, que forment la mémoire et la vie villageoises ». La valorisation du « Paris des Parisiens » participe ainsi au brouillage des frontières par un processus de touristification de l'ordinaire; la médiation historique et artistique laissant progressivement place à un tourisme plus proche des habitants et de leur quotidien. D'ailleurs, aujourd'hui, dans le cadre du tourisme urbain, la présence d'habitants-guides amateurs a fait naître un conflit avec les professionnels du guidage. Alors que Saskia Cousin annonce « l'avènement de la démocratie touristique [...] où les touristes

ne font plus confiance aux experts et aux professionnels, mais à leurs pairs, organisés en communauté affinitaire », la redéfinition des frontières touristiques semblent passer, selon l'ethnologue, par la fin « du monde des experts : des guides, offices de tourisme, agences, etc. ».

Session 5 : Des pratiques aux nouvelles méthodes d'appréhension des phénomènes touristiques

PREUIL Sébastien, « Tourisme solidaire et volontourisme dans la province de Siem Reap : des visites et actions éthiques aux frontières du tourisme ? » - Docteur en Géographie, Université de Versailles Saint-Quentin-en-Yvelines (Paris)/ INALCO (France)

sebastienpreuil@hotmail.fr

Mots-clés : Tourisme, vacances, volontariat, travail, confusion

Le tourisme de nos jours tend à prendre des formes diverses et variées. On parle de tourisme de masse, tourisme d'affaires, tourisme de santé, tourisme social, écotourisme, tourisme équitable, tourisme solidaire, volontourisme, etc. Autant de formes de tourisme qui sont certes toutes associées à un déplacement mais pas forcément à la découverte d'une destination dans un seul but de loisir ou de repos à l'image du tourisme balnéaire. Mais qu'entend-nous exactement par le mot tourisme? Selon l'Organisation Mondiale du Tourisme, le tourisme est un phénomène social, culturel, et économique qui implique le déplacement de populations vers des pays ou des endroits situés en dehors de leur environnement habituel à des fins personnelles ou professionnelles ou pour affaires. Le mot tourisme qui est à l'origine dérivé du mot Anglais « tourism » n'avait pourtant pas une connotation professionnelle à ses débuts. Il désignait dans un premier temps les jeunes gens de bonne famille qui partaient au début du 19ème siècle réaliser un « tour » de l'Europe pour parfaire leur éducation et éveiller leur curiosité. C'est Thomas Cook en 1851 qui va poser les bases d'un tourisme plus commercial et d'une économie touristique en créant les premiers voyages organisés à travers l'Europe et les premières croisières sur le Nil. Des activités touristiques alors uniquement orientées sur la découverte d'horizons plus ou moins lointains et le repos. Il faudra attendre un siècle et les années 1950 pour voir apparaître des formes de tourisme plus éthiques et soucieuses des réalités socio-économiques locales. Comment d'une vision du tourisme au 19ème siècle orienté uniquement sur la villégiature, est t'on passé à des formes de tourisme qui pour certaines s'orientent davantage sur l'humanitaire plutôt que sur le repos et la découverte? Qu'est-ce qui permet aujourd'hui de définir comme étant un touriste une personne se rendant à l'étranger pour y faire du bénévolat?

Pour tenter de répondre à ces différentes questions et définir si des activités axées sur le travail et l'humanitaire à l'étranger correspondent réellement à du tourisme, nous analyserons dans un premier temps via diverses références bibliographiques comment le mot tourisme a évolué au point d'inclure toutes sortes d'activités n'ayant parfois aucune relation avec la notion de voyage, de découverte ou de villégiature? Dans un second temps via nos terrains de recherche doctorale dans la province de Siem Reap au Cambodge, nous analyserons plus spécifiquement le cas du tourisme solidaire et du volontourisme, très en vogue dans ce pays qui figure parmi les plus pauvres et parmi les plus aidés de la planète. On observe dans cette province du nord-ouest du pays, berceau des temples d'Angkor, de plus en plus de touristes souhaitant via leurs visites venir en aide aux populations dans le besoin. Dans la ville de Siem Reap peut-être encore plus

qu'ailleurs en Asie du Sud-est, nombreuses sont les initiatives touristiques, proposées par des ONG et des agences de tours, qui doivent permettre au touriste (initialement venus au Cambodge pour y découvrir les temples Angkoriens) de vivre une expérience de voyage hors du commun tout en contribuant, par sa visite dans un village, un hôpital, une boutique ou un orphelinat à améliorer le bien-être des communautés visitées. Par exemple, l'hôpital pour enfants d'Angkor accueille les touristes dans l'établissement et ses annexes. Les visiteurs sont alors sensibilisés aux problèmes de santé infantile et peuvent donner leur sang. D'autres peuvent faire le choix de se faire masser par des aveugles ayant été formés à différentes techniques de relaxation. S'il n'y a à première vue aucune relation entre le fait de donner son sang, passer une nuit chez l'habitant ou encore prendre son repas dans une école hôtelière formant des adolescents issus de milieux défavorisés, toutes ces initiatives ont une caractéristique commune : L'échange. Ici le visiteur tend à vivre une expérience plus éthique. Mais si la visite d'un village, ou le fait de participer à un atelier de poterie s'assimilent réellement à du tourisme dans le sens de la découverte, que penser d'un touriste qui décide de faire un don de sang ou se rendre dans un hôpital pour venir à la rencontre des enfants malades? Doit-on faire une distinction entre un touriste dont le séjour est totalement orienté sur la villégiature et la découverte d'un site à l'image des temples d'Angkor ou les plages de Sianoukville et un visiteur qui donne de son temps et de sa personne en se rendant dans des institutions, orphelinats ou autres et qui parfois fera une donation ou parrainera un enfant? Ici, l'expérience n'est peut être plus touristique. L'humanitaire tend à prendre l'avantage sur l'expérience touristique et le simple loisir.

Enfin, nous mentionnerons la notion de volontariat : ici le touriste devient un volontaire qui donne de son temps et certaines de ses compétences pour aider à la mise en place d'un projet développemental ou environnemental. Par exemple un enseignant sera le bienvenu pour un projet éducationnel, une personne travaillant dans le bâtiment sera orienté davantage sur de la construction ou encore un infirmier et un médecin seront affectés à une initiative en relation avec la santé. Même si l'activité est ici bénévole et que les notions de solidarité et d'équité sont fondamentale dans le volontourisme, ne peut-on pas plutôt parler ici de travail plus que de tourisme? Le volontourisme n'est-il pas situé à la frontière du tourisme et du travail? Dans la province de Siem Reap, cela semble être le cas. Les individus choisissant de participer à un projet de volontariat étaient à l'origine pour la majorité des touristes venus découvrir les temples d'Angkor. Ici encore les questions sont nombreuses : pourquoi choisit-on de passer du statut de touriste à celui de volontaire? Comment les visiteurs prennent-ils connaissances de ces projets de volontariat? Vient-on faire du volontariat au cours ou à la suite d'un séjour touristique? Les volontaires se définissent-ils comme des touristes?

DI GIANGIROLAMO Gianluigi, « Tourism and fashion : practices at the frontier », *Chargé de recherche, CAST Centre of Advanced Studies in Tourism, Université de Bologne - Rimini Campus (Italie)*

gian.digiangirolamo@unibo.it

Keywords : *Fashion ; Tourism ; Cultural heritage ; Creative industries ; Cultural industries.*

In the attempt to answer at the question posed in the topic New practices at the frontiers of tourism: how can we distinguish a tourist practice from other types of practices, such as shopping, leisure or sport? How to characterize these new types of tourist practices and their hybridization? If the traveller is defined by his non-daily posture and practices, how can we

identify the visitor whose practices aim to get closer to the daily life of the places they experience? Does this evolution of practices lead to a redefinition of tourism itself?

It can be assumed that these issues can be specifically applied to the case study of Tourism and Fashion. This starting from the assumption that fashion is something that allows to take in consideration practices at the frontier and this because it can be practiced in different sectors such as cultural tourism, creative tourism and shopping tourism. Fashion after all, can be both shopping and cultural heritage. Considering also the recent creation of a “third space”, a non-selling area in flagship stores dedicated to brand’s heritage by fashion luxury retailers and designers, expecting to take on the role of cultural ambassadors, as Budnarowska and Marciniak (2016) point out in their recent work.

In this sense, museums, galleries, collections, exhibitions, together with public and private archives make up the most significant part of the fashion heritage that specifically ranges from the textile museums to the business archives and from the fashion houses foundations to the museums of folk traditions. In particular, the main types of museums can be classified as: specific textile-clothing museums displaying tools and machines in addition to the finished product; companies museums where the machines running and the finished product are shown; museums that have sections on textiles and clothing including costume of a territory museums or art museums; museums of fashion creators and fashion designers. It can be an example the Italian case, where the fashion cultural heritage consist of a relevant inventory, considering an initial mapping, currently in progress, on the basis of the Unified Information System for Archival Superintendence (SIUSA) are calculated: more than 70 museums scattered in all Italian regions, 264 archives centre related to fashion, 244 creators related to fashion, 38 collectors related to fashion, 36 archives centre related to the costume, 42 creators on the costume, 13 collectors related to the costume (D. Calanca, 2014).

The awareness on the cultural and economic value of fashion heritage can carry out the creation of new networks of collaboration and interaction, between the various stakeholders on the territory, such as local communities and tourists, in order to promote new practices of tourism, the local development and the cultural and creative industries sector. Considering, for example, the case of the Romagna region, where together fashion and tourism assumes a central significance, based on the existence of the respective districts, it is possible to assume interactions between the various local situations, in order to create new forms of storytelling, promotion and knowledge of the cultural heritage and the fashion heritage. In this direction, the organization of new fashion cultural itineraries can ensure the creation of innovating local systems of promotion and territorial development, combining the know-how of fashion industry with the skills of the tourism sector, together with the tools of history, through the proposal of a dynamic model of Cultural Heritage Travel (CHT). Is the case of the shoes district of San Mauro Pascoli in the province of Forlì - Cesena, where is currently in progress a research project in collaboration, the University of Bologna, and the CERCAL - International Footwear School and Research Centre with a multidisciplinary methodological approach that includes historical, economic, cultural and anthropological studies. In particular the in this first stage of the research: the mapping and classifying of the shoes district companies; the social and economic history of the district; the SWOT analysis.

In the same way, fashion tourism is also represented by tourists travelling, and planning glamorous experiences such as shopping in exclusive boutiques or attending at fashion shows of the most popular brands.

It should be considered also that in recent years many forms of fashion tourism have

evolved, can be an example the fashion week travel packages to Paris, London, Milan or New York offered by different tour operators such as Milano Fashion Tour company, the “Coco Chanel the life and legend” package in Paris by Wonderful Time or the “Five Stars Fashion Tour of Paris and Milan” promoted by Zicasso operator. A eight days trip in France and in Italy, that includes private fashion shows, exclusive visits to boutiques, a visit to Palais Galliera Museum in Paris and related leisure activities like a night out at the Opera or the visit on the lake of Como “...where Gianni Versace once lived.”

At the same time, the fashion system is formed and developed of both creators and producers, distributors and cultural intermediaries, as well as consumers who, by their way of living fashion, continuously actively contribute to make the boundaries soft. In this sense, consumers are not only the passive recipients of a finished product, but they help to create the image, style, and tone of the most popular fashion cities around the world.

In this way, can we talk about frontier practices?

The aim of this presentation is finally to reflect on the relationship between fashion and tourism and this starting from the questions above mentioned through the discussion on the study and analysis of the aforesaid case studies.

GEFFROY Valérian, « Tourisme ou mode de vie? Réflexions sur l'engagement dans les pratiques touristico-sportives » - Doctorant, Institut de Géographie et Durabilité, Université de Lausanne (Suisse)

valerian.geffroy@unil.ch

Mots-clés : Sport ; Tourisme ; Modes de vie ; Engagement.

Que signifie l'idée selon laquelle le tourisme serait aujourd'hui engagé dans un processus de « dé-différenciation » (Uriely, 2005)? Elle repose sur la conception du tourisme comme un domaine bien délimité, séparé notamment de la vie quotidienne et de ses espaces, du domaine du travail, voire des autres formes de loisir. Or, le tourisme s'hybride aujourd'hui de diverses manières, par exemple avec le sport ; certains individus voyagent pour le sport, notamment pour les sports de nature. C'est une façon, pour ces individus, de donner à leurs mobilités touristiques un sens supplémentaire, et un principe directeur, notamment pour le choix des destinations.

Ces pratiques, qu'on peut donc qualifier de touristico-sportives pour ne pas préjuger de la primauté d'un domaine sur un autre, illustrent cette tendance à la dé-différenciation, c'est-à-dire à l'intégration dans la vie quotidienne de pratiques autrefois réservées à des espaces-temps spécifiques, mais aussi à une plus grande fluidité entre les domaines de pratiques. Elles interrogent l'« exceptionnalité » du fait touristique dans la mesure où la pratique sportive dessine une certaine continuité entre le quotidien et les espaces-temps touristiques : les mobilités et séjours ne sont alors pas, à première vue, une rupture majeure, mais plutôt l'« exportation » d'une passion, ou à tout le moins d'un loisir profondément ancré dans la vie des individus en question (on s'intéresse ici au sport, mais d'autres voyagent pour pratiquer la musique, pour prendre part à des rassemblements de fans, etc.), dans des espaces-temps propices à l'épanouissement de cette passion – espaces-temps qui restent touristiques dans la mesure où ils sont vécus, et bien souvent valorisés, comme non-familiers.

De telles évolutions nous invitent à retravailler les délimitations conceptuelles, et ce à

partir des catégories auparavant admises – ici le tourisme – donc sans les abandonner a priori. Dans le cas ici étudié, faut-il par exemple reconnaître différents degrés d'investissement dans la pratique et dans les lieux, et en déduire la conception d'un gradient entre tourisme et lifestyle mobility, les mobilités-modes de vie auxquelles appartiennent, pour certains auteurs (Wheaton, 2004), ces pratiques touristico-sportives ?

Une réponse possible est apportée par les théories de la pratique (Bourdieu, 1972 ; Reckwitz, 2002 ; Schatzki, 2001), qui prennent, comme élément premier d'explication du social, l'action et les significations qu'elle porte. Elles tentent donc de se rapprocher de la réalité individuelle et dynamique du social. Elles ne préjugent en effet pas d'un projet rationnel qui dirigerait l'action des individus, mais tentent de montrer que l'action est constamment renégociée et réinterprétée, consciemment et inconsciemment, matériellement et conceptuellement. Dans notre cas d'étude, en mesurant la régularité des mobilités et l'importance de l'élément hors-quotidien dans la signification des pratiques pour chacun, on peut tenter de situer chaque cas de pratique sur ce gradient entre tourisme et mode de vie. Pour cette analyse, on s'appuiera notamment sur la conception de la pratique de Schatzki, pour qui les pratiques ont un « horizon », une cohérence donnée par une certaine idée, chez les acteurs, de « ce qu'il fait sens de faire » (Schatzki, 1987). On s'appuiera également sur le concept d'engagement tel qu'il est proposé par Thévenot (2001), qui permet de traiter les pratiques dans leur dimension matérielle mais aussi dans leur dimension morale – au sens très large, c'est-à-dire en admettant que les pratiques sont toujours orientées par une « certaine conception du bien ». Il ne s'agit pas nécessairement d'une éthique à vocation universelle ; pour notre cas, ce peut être une simple satisfaction esthétique ou hédonique, qui placerait alors la pratique plutôt du côté du loisir, ou un épanouissement existentiel et individuel, qui la placerait plutôt du côté du mode de vie.

Cette communication s'appuiera sur une série d'entretiens semi-directifs réalisés auprès de pratiquants de l'escalade, du parapente et du kayak dans plusieurs hauts lieux de ces pratiques sportives, ainsi que sur un corpus d'images collectées auprès des ces interrogé.e.s. Ces matériaux visent à interroger les pratiques en question, et en particulier leurs dimensions spatiales, pour tenter d'en dégager les ressorts esthétiques, hédoniques, ludiques, existentiels, etc. Ils permettront de présenter des pistes de réflexion sur cette problématique de l'engagement, dont les suivantes :

- le sport est un moyen de se sentir plus actif en situation touristique, les interrogé.e.s affirmant souvent leur désintérêt pour des pratiques jugées passives telles que la plage, la « visite » de sites culturels, etc.
- le sport est un moyen de pratiquer les lieux plus intensément, plus complètement, et de les découvrir d'une manière originale.
- les médiations technologiques permettent une plus grande continuité entre pratique touristique et quotidien, par l'usage fréquent des médias en particulier.
- si les degrés d'engagement dans les pratiques touristico-sportives de nature varient beaucoup, notamment en termes du rapport travail/loisir, la grande majorité des pratiquant.e.s exprime un investissement affectif et existentiel très fort dans ces mobilités de loisir.

APCHAIN Thomas, « L'influence du tourisme sur la construction du discours journalistique. Enquête sur le traitement médiatique des favelas de Rio de Janeiro pendant l'organisation des Jeux- Olympiques 2016 » - Doctorant, Canthel, Université Paris-Descartes (France)
thomas.apchain@etu.parisdescartes.fr

Mots-clés : *Slumtourism ; Favela ; Médias ; Authenticité.*

Cette communication propose d'explorer les liens entre pratiques touristiques et discours journalistiques à partir du cas du développement du tourisme dans les favelas de Rio de Janeiro. Il s'agit donc d'une tentative pour mettre en évidence l'impact des constructions symboliques, élaborées au cours des visites des favelas, jusqu'en dehors des frontières strictes du phénomène touristique. En d'autres termes, il s'agit d'approcher la valorisation symbolique des favelas comme un modèle qui, depuis le cœur des pratiques touristiques, se diffuse sous leur impulsion. C'est avec une attention particulière accordée aux données ethnographiques recueillies durant la période de l'organisation des Jeux Olympiques 2016, moment clef pour les favelas de Rio de Janeiro, que nous entendons aborder ce sujet.

L'intérêt porté à cette question répond à une volonté de traiter un ensemble d'observations effectuées aux frontières de l'objet d'étude initial¹² durant l'été 2016. En effet, les favelas concernées par le développement touristique ont été, à ce moment précis, envahies par l'arrivée d'un nouveau type d'acteurs : les journalistes internationaux. Présents dans la ville pour couvrir les Jeux Olympiques, ceux-ci ont majoritairement choisis les favelas pour y ancrer leurs récits critiques des dimensions sociales et politiques de l'organisation de l'événement. Dans cette optique, de nombreux journalistes ont fait appel à des guides touristiques pour qu'ils puissent leur faire découvrir leur favela et ont donc, en le mentionnant ou non, participé à des favelas-tours (privés ou non) pour pouvoir rédiger leurs articles et/ou les illustrer. Il s'agit donc moins d'un élargissement prémédité du cadre de l'enquête que de l'irruption incontournable d'un nouveau type d'acteurs et, à sa suite, de nouvelles problématiques. À l'occasion de cette communication, plusieurs problématiques liées à la mise en relation des discours touristiques et journalistiques seront évoqués.

Nous montrerons d'abord en quoi consiste la démarche touristique dans le cas précis des favelas-tours. Sous l'influence des promoteurs du tourisme dans les favelas, ces pratiques sont perçues comme une entreprise de déstigmatisation. Elles invitent les touristes à la découverte d'une vérité cachée et à la déconstruction de représentations pernicieuses. Ainsi, l'image de la favela présentée par les favelas-tours est pensée en contradiction avec celle véhiculée par les médias (notamment sous l'influence de l'État mais aussi des logiques de commercialisation de l'information, du sensationnalisme etc...). Les médias, évoqués comme une entité aux contours flous, sont ainsi désignés comme responsables de la stigmatisation combattue par le tourisme. Ce que promeut, au contraire, le discours touristique, c'est à la fois la valorisation des favelas et de leur authenticité culturelle ainsi que de la démarche du touriste participant qui met donc à l'écart les sources d'informations indirectes. On retrouve là une logique largement répandue dans le tourisme qui se pense souvent comme un retour vers une connaissance empirique revalorisée des lieux visités. C'est à partir de ces représentations des pratiques touristiques qui portent donc une certaine dévalorisation des médias qu'il convient, selon nous, de penser la construction du discours touristique dans le contexte des JO 2016. En effet, nous pouvons supposer que le

¹² Les excursions touristiques font l'objet d'une enquête initiée en 2012.

tourisme constitue, au moins dans ce cas précis, une force productrice de représentations qui influence et contraint le journalisme.

Sans se contenter d'évoquer les contenus symboliques aujourd'hui partagés entre tourisme et médias (favela perçue comme une catégorie homogène, valorisation culturelle, ancrage de la critique de l'Etat dans les favelas etc...), nous présenterons quelques données ethnographiques qui identifient clairement le tourisme comme une source d'influence majeure pour la construction du discours journalistique. En effet, de nombreux journalistes venus à Rio de Janeiro pour couvrir les Jeux Olympiques ont emprunté concrètement un chemin (et un réseau) construit à travers le développement touristique. Dans cette perspective, nous discuterons en particulier le choix récurrent des guides touristiques comme interlocuteurs des journalistes internationaux qui, donc, participent à donner aux guides une dimension politique nouvelle puisqu'ils se font alors la voix de leurs communautés. Ainsi, les guides se trouvent en position de diffuser globalement un ensemble de représentations de la favela forgées dans l'économie symbolique particulière du tourisme (authenticité et altérité). C'est ainsi que se concrétise l'influence d'un discours touristique qu'il convient de replacer dans un contexte plus large, celui d'un affrontement avec les logiques assimilationnistes du gouvernement. En effet, le gouvernement fédéral de l'Etat de Rio de Janeiro a lancé en 2008 une politique nommée « pacification » qui vise à reprendre le contrôle des favelas des mains des narcotrafiquants en leur substituant une présence policière par l'instauration d'une Unité de Police Pacificatrice (UPP). Cette politique apparaît souvent dans les discours des guides de façon négative. Fréquemment, elle est présentée comme une preuve de l'hypocrisie de l'État dont la motivation principale serait l'annexion des favelas en quartier, au dépend de leurs particularités culturelles qu'il ne reconnaît pas, et non celle, affichée, d'œuvrer à l'amélioration des conditions de vie. Aussi, le discours médiatique, terrain sur lequel se déroule également une très large partie de la politique de pacification, apparaît un révélateur essentiel de l'influence des représentations construites et diffusées à travers les pratiques touristiques et qui apparaissent comme une force d'opposition aux représentations sous-jacentes aux actions de l'Etat.

Il s'agit donc ici de contribuer à l'interrogation sur le phénomène touristique sous l'angle de la thématique de la frontière. En effet, comprendre les relations entre tourisme et journalisme permet à la fois d'observer les contours de l'activité touristique et de ce qui lui est propre tout en montrant son pouvoir de diffusion de représentations et d'opinions, pouvoir qui, selon nous, demeure un élément qu'il est nécessaire de démontrer face au manque de considération que subit toujours le tourisme.

COMITÉ SCIENTIFIQUE

Philippe BACHIMON, Professeur (Géographie), Université d'Avignon, UMR Espace-Dev et UMR Pacte

Philippe BOURDEAU, Professeur (Géographie), Université Grenoble-Alpes, UMR Pacte

Amandine CHAPUIS, Maîtresse de Conférence (Géographie), Université Paris-Est Marne-la-Vallée, EA Analyse Comparée des Pouvoirs

Jean-Michel CHAPUIS, Maître de Conférence (Sciences de Gestion), Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne, EA EIREST

Sophie CHEVALIER, Professeure (Anthropologie), Université de Picardie Jules Verne, EA Habiter le Monde

Francesca COMINELLI, Maîtresse de Conférence (Economie), Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne, EA EIREST

Aurélié CONDEVAUX, Maîtresse de Conférence (Anthropologie), Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne, EA EIREST

Saskia COUSIN, Maîtresse de Conférence (Anthropologie), Université Paris Descartes, EA Canthel

Frédéric DARBELLAY, Professeur, Université de Genève, Cellule Inter- et Transdisciplinarité, CIDE

Géraldine DJAMENT, Maîtresse de Conférence (Géographie), Université de Strasbourg, UMR Sage et EA EIREST

Edith FAGNONI, Professeure (Géographie), Université Paris-Sorbonne, UMR ENeC et EA EIREST

Alain GIRARD, Maître de Conférence (Sociologie), Université de Perpignan, CRESEM

Maria GRAVARI-BARBAS, Professeure (Géographie), Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne, EA EIREST

Yannick HASCOËT, Docteur en Géographie, Chercheur associé à l'UMR EVS-RIVES (ENTPE)

Sébastien JACQUOT, Maître de Conférence (Géographie), Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne, EA EIREST

Emmanuelle LALLEMENT, Maîtresse de Conférence (Ethnologie), Université Paris-Sorbonne / CELSA, EA GRIPIC

Olivier LAZZAROTTI, Professeur (Géographie), Université de Picardie Jules Verne, EA Habiter le Monde

Anne-Cécile MERMET, Docteure en Géographie, Université de Neuchâtel, Institut de Géographie

Johannes NOVY, Docteur en Aménagement, Université de Cardiff, School of Geography and Planning

Emmanuelle PEYVEL, Maîtresse de Conférence (Géographie), Université de Bretagne Occidentale, IAO/EA EIREST

Mathis STOCK, Professeur (Géographie), Université de Lausanne, Institut de Géographie et durabilité

Jean-Michel TOBELEM, Professeur associé (Sciences de Gestion), Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne, EA EIREST

Hécate VERGOPOULOS, Maîtresse de Conférence (Sciences de la communication et de l'information), Université Paris-Sorbonne / CELSA, EA GRIPIC

COMITÉ D'ORGANISATION

Katy DIENG

Doctorante, laboratoire EIREST, Université Paris 1

Aude LE GALLOU

Doctorante, laboratoire EIREST, Université Paris 1

Céline TASTET

Doctorante, laboratoires EIREST (Université Paris 1) et Eco-anthropologie et ethnobiologie
(MNHN)

en CIFRE au sein de l'Entente Interdépartementale des Causses et des Cévennes

- - -

REMERCIEMENTS

Nous adressons nos remerciements les plus sincères à toutes les personnes ayant rendu cet événement possible :

Les membres du Conseil Scientifique, les chercheurs du laboratoire EIREST ainsi que les doctorants et le personnel administratif, l'Ecole Doctorale de Géographie de Paris, la Fondation Hellénique, les modérateurs, conférenciers et intervenants, toutes les personnes ayant envoyé des propositions de communication, les GREETERS, la Cité Internationale Universitaire de Paris et l'ensemble des participants à ces journées.

Merci à vous tou-te-s.