

# Colloque UGI / IGU

## Résumés des communications par ordre alphabétique des auteurs

### **Tourisme et handicap: la place du corps handicapé dans la pratique touristique.**

*David Amiaud*

Le tourisme implique un déplacement dans le temps et dans l'espace se traduisant par un changement d'habiter. Etre touriste suppose de quitter son quotidien. Cependant tout le monde n'a pas accès de façon équitable au tourisme, notamment lorsque le corps est fragilisé par un handicap. En effet, les personnes à mobilité réduite font face à des aménagements comportant des obstacles d'accessibilité entraînant de fortes rugosités spatiales et limitant les formes de mobilités touristiques.

Le corps est l'interface entre l'individu et l'environnement. C'est à travers le corps que l'individu construit ses repères spatiaux et conçoit l'aménagement des territoires. D'ailleurs, les processus de formation des territoires touristiques montrent que les aménagements ont été conçus par et pour l'homme valide.

De même, la géographie s'intéresse aux pratiques touristiques des valides et les réflexions actuelles n'interrogent pas les « incapacités » à être touriste. Pourtant, la question de la mobilité est un enjeu majeur conditionnant la personne handicapée à être ou non touriste puisqu'elle se pose à chaque étape des vacances (trajet, visites,...).

La prise en compte, récente, des contraintes de mobilité des personnes handicapées, nécessite une adaptation des territoires touristiques et la mise en place de nouvelles formes de pratiques touristiques récréatives accessibles à tous. Les acteurs du tourisme (élus locaux, hôteliers,...) conduisent dans ce sens des actions de mise en accessibilité, visibles à l'échelle mondiale, permettant d'adapter l'offre touristique aux personnes en situation de handicap (hébergement, musée, restaurant, plage...).

Ainsi, la conduite d'enquêtes auprès de touristes en situation de handicap et la réalisation de diagnostic d'accessibilité a mis en évidence la pénibilité des déplacements et de référencer des équipements spécifiques (rampes, fauteuils de bains, audioplages, audioguides...). Ces aménagements génèrent un espace touristique liminal, où l'individu n'est ni totalement exclu ni complètement intégré, mais offrant la possibilité aux touristes handicapés de se recréer.

### **Continuité et ruptures des mobilités temporaires. Les articulations entre différentes formes de déplacement.**

*S. Baudet-Michel, S. Berroir, N. Cattan, J.-M. Decroly, A. Fleury, M. Guérois, S. Rufat*

Comme le suggère l'appel à communication de ce colloque, les interdépendances entre pratiques touristiques et autres pratiques de mobilité sont encore largement méconnues. En effet, les données disponibles en la matière sont souvent segmentées, ne portant soit que sur les déplacements touristiques, soit que sur d'autres formes déplacements, notamment

professionnels. D'importantes questions restent donc en suspens, en particulier à propos des articulations entre mobilité professionnelle et mobilité de loisirs. Les premières catalysent-elles les secondes, en induisant des retours – en couple ou en famille – dans les lieux fréquentés pour affaires? Ou, au contraire, les mobilités de loisirs s'organisent-elles indépendamment des déplacements professionnels? De manière plus générale, existe-il une relation entre la fréquence des voyages d'affaires et celle des voyages touristiques? Sur un plan qualitatif, par ailleurs, nous n'avons à ce jour que de très vagues idées sur l'importance et les caractéristiques des séquences de récréation dans les déplacements professionnels.

Pour répondre à ces diverses questions, nous proposons d'exploiter une enquête réalisée en 2008-09 auprès de 1843 personnes résidant à Berlin, Bruxelles, Londres ou Paris, en partance pour l'une des trois autres villes, ou ayant effectué au moins un séjour dans l'une d'elles au cours de l'année écoulée. Dans le cadre de cette enquête, nous avons recueilli l'ensemble des déplacements (professionnels, de loisirs, familiaux, ....) effectués par les personnes interrogées au cours des douze derniers mois. Sur cette base nous sommes donc en mesure d'analyser les articulations entre les mobilités touristiques et d'autres formes de mobilité temporaire, notamment les déplacements professionnels. Sur le plan qualitatif, la communication s'appuiera par ailleurs sur une série d'entretiens, effectués en 2010 auprès de 80 personnes mobiles résidant à Berlin, Bruxelles, Paris et Londres, et qui mettent l'accent sur les lieux fréquentés dans les destinations, les itinéraires et les parcours urbains.

### **Tourisme sportif, engagement corporel et quête identitaire**

*Olivier Bessy*

Dans un contexte de crise identitaire où les garants métasociaux traditionnels (famille, entreprise, religion...), contribuent moins qu'hier à donner du sens à sa vie, les loisirs et le tourisme deviennent un espace-temps privilégié de la construction identitaire. La dynamique du temps libre devient la toile de fond de l'existence. Moment de loisir particulier car vécu comme une période d'émancipation vis à vis du monde du travail et des loisirs habituels, le tourisme exacerbe cet enjeu identitaire car ce qui compte le plus pour le touriste, c'est que ses vacances lui envoient une image valorisante de lui-même. Le tourisme se présente de plus en plus « comme une question d'identité avant d'être d'activités. Le désir d'être, devance et détermine le désir de faire, de ne pas faire ou de ne rien faire » (Urbain, 2002).

Dans cette logique, nous essaierons de montrer que l'engouement renouvelé pour les pratiques de tourisme sportif dans notre société s'explique par la recherche accrue d'un tourisme identitaire susceptible de contribuer à la construction de soi. Le tourisme sportif apparaît en effet comme un terrain d'expression, d'expérimentation et de production de soi particulièrement original car il favorise des modes de pratique extrêmement personnalisés et répond aux attentes très diversifiées de consommateurs pluriels, tout en favorisant l'appropriation de territoires. C'est le corps mis en jeu dans ce type de pratique touristique qui joue ici le rôle de révélateur de conscience et apparaît comme le lieu privilégié de fabrique de son identité. Le corps n'est-il pas comme nous le rappelle David Le Breton : « un autre soi-même disponible à toutes les modifications, preuve radicale et modulable de l'existence personnelle et affichage d'une identité provisoirement ou durablement choisie » ?

## **Apprendre à être touriste: à la recherche de guides.**

*Gilles Brougère*

Que l'on doive apprendre les différentes pratiques sociales qui composent notre vie est sans doute une caractéristique générale de l'activité humaine. Que ces apprentissages se fassent dans l'activité elle-même et non à l'extérieur est sans doute un trait de la pratique en général, et plus encore des pratiques de loisir. On situera donc cet apprentissage par rapport à l'ensemble des loisirs et plus particulièrement le jeu qui permet d'ouvrir des pistes d'analyse intéressantes. Une fois le cadre posé, il sera confronté à des données issues d'une recherche empirique sur des pratiques de tourisme social, en particulier de populations aidées, encadrées par un centre social et pour lesquelles les vacances hors de chez elles, et plus largement la mobilité choisie, relèvent de l'exception. Nos données articulent entretiens collectifs et observations participantes de séjours. Ces populations sont considérées plus que d'autres comme ne sachant pas être des touristes. Elles sont encadrées, guidées ce qui n'est pas sans renvoyer au travail de normalisation qui les concerne également pour d'autres dimensions que celles de vacances. Au-delà de l'imposition de normes qui est indéniable, nous essayerons de repérer les processus d'apprentissage au tourisme en mettant l'accent sur la guidance. La participation guidée pour reprendre une expression de Rogoff semble être un des processus essentiels de ce type d'apprentissage, que l'on peut relever tant dans les propos que dans les pratiques. Or la question du guide et du guidage est particulièrement prégnante de façon générale dans le tourisme. Elle nous « guidera » pour tenter de mieux saisir la spécificité de l'apprentissage des pratiques touristiques dans le cadre plus général de l'apprentissage des pratiques de loisir.

## **From the sexy Swedish girls and the Italian 'vitelloni' to the low cost flights Stockholm-Rimini: a case of touristic and cultural geography.**

*Catia Brunelli and Francesco Buoncompagni*

Since the Sixties, Rimini and the riviera romagnola have become the favourite summer holiday destination for a particular kind of tourism: young northern European girls, especially Swedish, searching for fun, relax and sentimental, or even sexual, experiences. The myth of the young Swedish girls in Rimini and, viceversa, of the Rimini's Italian 'vitelloni' in the Swedish popular culture, a real touristic and socio-economic case, grew along the years, till the Eighties, also thanks to the recognisment received by a certain filmography. Fostered by false myths and stereotypes, it keeps on influencing the general Italian and Swedish touristic imaginary. A crucial aspect, in the starting and developing of this case, is the role of body and sexual habits, originated by the encounter of two different cultural ways of conceiving corporeality. This cultural phenomenon can be analysed from many different disciplinary points of view. Among them, those related to tourism geography, cultural geography and gender geography are going to be taken into account. The paper aims at highlighting the causes and effects of a combination of relations and interactions that have been connecting for more than 40 years two distant geographic realities. The adopted diachronic study perspective points out how this case developed, together with the social change, and its geographical relation with issues like territorial economy, culture, transport policies, communications.

## **Mélissa, Ninon, Jean-Philippe et Isma: expérimenter Amsterdam à 20 ans. Performances touristiques initiatiques et citadinités**

*Amandine Chapuis*

Cette communication propose de se pencher sur les pratiques de jeunes touristes, effectuant un de leurs premiers voyages autonomes. C'est à Amsterdam, ville chargée d'un imaginaire fort de mixité et de liberté, qu'ils choisissent de vivre cette expérience. Par son caractère exceptionnel, hors des cadres du quotidien, la pratique touristique prend, chez ces touristes en phase d'apprentissage intense, une dimension clairement initiatique, soutenue par les qualités et valeurs attribuées à la ville d'Amsterdam (un des modèles urbains de Jacques Lévy, 1994). Comment expérimentation du tourisme et de l'urbanité amstellodamoise interagissent-elles ?

Il s'agira de s'interroger sur ce qui se joue de l'identité spatiale individuelle au cours de la pratique touristique. Celle-ci sera appréhendée comme une performance (Butler, 2005), en ce qu'elle produit, en même temps qu'elle révèle et mobilise, cette dimension spatiale de l'identité des individus. En effet, l'hypothèse proposée est que non seulement les performances touristiques de la ville s'appuient sur une forme de rapport à la ville incorporé, la citadinité (Lussault, 2003), qu'elles mettent en œuvre en situation, mais qu'elles participent également à sa production en la mettant en cause, en la questionnant.

Cette hypothèse sera mise à l'épreuve de l'expérience de quatre jeunes touristes français, rencontrés au cours d'un terrain en Août 2009. La méthodologie adoptée relève d'un assemblage entre observation participante et entretiens compréhensifs. Cette construction est adaptée à la fois aux contraintes l'enquête touristique (caractère éphémère du contact avec les enquêtés, difficultés à identifier des lieux et des moments propices, caractère socialement très construit du discours sur l'expérience touristique) et aux objectifs qualitatifs mis en avant dans cette communication. C'est par une exploration narrative informelle et répétée, que l'on peut faire émerger toute l'ambiguïté des performances touristiques, entre formalisation et pré-réflexivité.

### **Les cadres culturels de l'activité touristique**

*Paul Claval*

1- Ce qu'apporte l'approche culturelle est simple : les comportements humains ne sont jamais les reflets directs de besoins physiologiques ; ils sont médiatisés par ce que les gens perçoivent, écoutent, lisent, disent, apprennent. Lorsqu'on a faim, ce n'est pas de glucides, de protéines ou de lipides, mais de steack, de paella ou de choucroute.

Ces comportements s'inscrivent dans l'espace : ils reflètent certains aspects de celui-ci et contribuent en même temps à le façonner. L'étendue se charge de sens, se couvre de symboles. Certains lieux finissent par ressembler aux rêves que l'on nourrit à leur égard.

Les comportements que la géographie étudie sont transmis d'un individu à l'autre, d'une génération à l'autre, ou inventés par les uns ou les autres en réponse aux circonstances ou à la dynamique propre de chacun. Lieux et territoires sont interprétés, valorisés, transformés, construits par ceux qui y vivent, y agissent ou les visitent.

2- Un des acquis fondamentaux de l'approche culturelle, c'est l'existence de discontinuités spatiales qui ne doivent rien à la nature : le sécurisé s'oppose au périlleux, le familier à l'exotique, l'accessible au prohibé, le profane au sacré. L'espace qu'appréhende l'approche culturelle n'est pas fait d'un continuum qui ne varie qu'en nombre ou en densité ; il est marqué de ruptures indissociables du sens attribué aux choses, aux hommes et aux lieux.

3- La plupart des sociétés changent de morphologie selon les moments : celles du travail et celles de la vie familiale ou personnelle ; celles des jours ordinaires et celles des dimanches et des jours fériés ; celles de la sédentarité (qui comporte, dans nos sociétés, des mouvements pendulaires quotidiens ou hebdomadaires) et celles du voyage ou du séjour – pèlerinage dans la plupart des sociétés, tourisme dans l'Antiquité déjà, ou à partir de la fin du XVI<sup>e</sup> siècle, lorsque naît le Grand Tour.

La société occidentale a engendré toute une série de modèles culturels qui informent les comportements touristiques : selon les époques et les milieux, leur but évolue : accéder à des formes supérieures d'art et de civilisation (le Grand Tour, et ses héritiers) ; faire l'expérience d'autres formes de beauté (le sublime, en montagne ou sur les côtes de l'océan) ; découvrir l'exotisme des cultures paysannes et celui, plus fort, des cultures étrangères. La place qui est faite à l'effort physique à travers la marche, l'escalade ou la natation se développe dans la deuxième moitié du XIX<sup>e</sup> siècle. Le tourisme donne également accès à des jouissances hédonistes qui renouvellent celles que l'on connaît chez soi : il y a une curiosité gourmande pour les cuisines exotiques. Le tourisme sexuel a toujours existé : les courtisanes de Venise, les petits jeunes gens de Gide... A la valorisation de l'effort physique se substitue la culture des corps, de leurs formes harmonieuses, des belles musculatures, de la beauté, et le plaisir du soleil, de la glisse...

La genèse de ces cultures du tourisme est fascinante parce qu'elle résulte de la confluence de curiosités (i) pour un vernaculaire assez proche (on aime retrouver les gestes de la vie rurale chez les cousins restés à la ferme), (ii) pour un vernaculaire lointain (on regarde travailler et vivre les gens qui vous reçoivent, on leur parle, on les interroge sur leur métier...), (iii) pour les formes supérieures de la culture, l'art, l'architecture dans des civilisations différentes ; (iv) pour des formes de vie naturelles que la modernité a bannis. Ces curiosités sont diffusées par les voyageurs, les écrivains, les peintres et de plus en plus par les photographes et les cinéastes. Les voyagistes et les agences de publicité tiennent aujourd'hui un rôle moteur dans la codification, la standardisation et la diffusion des modèles touristiques – qu'il s'agisse de soleil, de sable, de mer ou de sexe, ou qu'il s'y ajoute le surf et la vie sauvage.

4- Le tourisme met presque toujours en contact des groupes dont les cultures diffèrent. Cela peut leur permettre de satisfaire une curiosité réciproque. Lorsque les sociétés en présence sont économiquement inégales, le contact culturel génère des rapports d'exploitation : la hausse des prix des terrains en bord de mer, que convoitent les touristes, les hôtels ou villages de vacances, chasse des populations depuis longtemps en place. Il offre aussi l'occasion de consommer ce que l'autre offre de différent, ou ce qu'il offre à plus bas prix. Ainsi s'alimente un tourisme gourmand : on se délecte de fruits de mer moins chers que chez soi, et de préparations plus épicées. Le tourisme sexuel a des ressorts voisins. Il est insupportable lorsqu'il s'en prend aux enfants. Il choque les populations locales même lorsque les rapports ont lieu entre adultes – mais comment interdire à de jeunes occidentaux riches de recourir aux services tarifés de beautés locales, ou à des occidentales ménopausées, et qui en ont les moyens, des plaisirs dont elles ne profitent plus chez elles ?

5- Les pays touristiques ne connaissent, à travers les visiteurs qu'ils reçoivent, qu'une des facettes de la civilisation de pays plus développés. C'est la source de beaucoup de malentendus.

Les rapports sont inégaux ; cela explique des réactions de réprobation et de rejet que les flux de visiteurs provoquent souvent, mais n'empêche pas la diffusion, dans les sociétés hôtes, de modèles de comportements touristiques imités de l'Occident. Ceux-ci sont préalablement décantés et réinterprétés par la culture locale : on se montre plus pudique, plus réservé, on ne se baigne pas nu. Ce que l'on adopte, ce sont des formes de culture déjà un peu démodées en Occident – des formes de tourisme familial.

6- L'approche culturelle éclaire le tourisme dans la mesure où celui-ci repose sur l'existence (ou la construction) d'hétérotopies, où il attire l'attention sur la genèse et la diffusion de modèles de comportements originaux, et où il fait saisir la dynamique de contacts souvent inégaux.

### **Culture de la mobilité dans les pratiques de l'escalade**

*Jean Corneloup, Pascal Mao, Philippe Bourdeau*

Si l'on considère que les pratiques sportives de nature sont avant tout des activités de communication avec soi, la nature et les autres, la démarche consiste à comprendre les manières dont s'organisent ces mobilités communicationnelles. En aucun cas, on ne peut réduire ces pratiques à un simple jeu, sport et techniques motrices. Celles-ci sont façonnées par des formes culturelles au sein desquelles s'organise un échange entre des acteurs, producteurs d'univers culturels et des pratiquants, engagés dans des styles de pratique. En fonction de ces formes culturelles, les mobilités ne s'organisent pas de la même façon tout comme les usages spatiaux et corporels des sites de pratique. Des oppositions par exemple vont émerger entre les adeptes des itinérances plus ou moins longues et ceux à la recherche de pratiques de proximité. Tout un jeu va ainsi se construire entre les techniques du corps pratiquées, les technologies utilisées, les aménagements choisis, les lieux affectionnés, les cognitions en acte et les socialités préférées. Les pratiquants de l'escalade se jouent ainsi des codes et des symboliques sociales et sportives pour définir des mobilités référentielles au sein d'espaces affectionnés et spécifiques. Les mobilités se sont donc plus subies mais choisies en fonction de la forme culturelle incorporée dans la pratique vécue. On cherchera ainsi à montrer comment les corporités, mobilités et spatialités s'ancrent dans ces cultures, historiquement construites, définissant un univers particulier des possibles.

### **Une application TIC pour étudier les flux, les sites émergents et les nouvelles pratiques du tourisme mondial. Le cas de Panoramio (Google)**

*Saskia Cousin, C. Gabay, J. Da Rugna*

Comment étudier les flux touristiques du point de vue des pratiques et de la production des images? Les données statistiques se réduisent généralement à des décomptes d'arrivées internationales (OMT) ou à des chiffres de fréquentations de grands sites. Elles ne disent rien des motivations, des itinéraires, des pratiques et des expériences touristiques. Elles ignorent la production et la circulation des images et des imaginaires touristiques, la manière dont les

corps interagissement avec les lieux. Par ailleurs, les chercheurs qui observent de manière localisées les pratiques et les expériences rencontrent deux écueils : restituer les observations dans le contexte global des mobilités de loisirs; prendre sérieusement pour objet les réseaux du tourisme et des touristes.

A partir de l'étude des photos postées sur le site Panoramio, lié à Google earth, cette communication propose une méthode d'analyse des images et des flux touristiques. Elle présentera une application informatique permettant d'extraire des informations sur les origines des photographes et de produire des cartes de densité touristique à différentes échelles et à différentes périodes, afin notamment de faire apparaître les destinations émergentes du tourisme mondial.

Grâce à l'analyse des photos géo- et chrono-référencées, il devient possible de reconstruire l'itinéraire d'un photographe autour d'un site donné, ou d'un site à l'autre. Le premier objectif est donc de repérer les éventuelles circulations autour des grands sites, alors que les institutions internationales postulent une dissémination qui reste à prouver. Un autre objectif est d'estimer la composante interne du tourisme, c'est-à-dire de distinguer la fréquentation interne (résidents visitant leur propre pays) de la fréquentation intérieure (tous les touristes quelle que soit leur origine), un élément important à évaluer dans les pays où le tourisme national est émergent et en forte croissance. A condition d'évaluer les biais culturels liés à l'utilisation du média Panoramio et de la photographie, le projet quantitatif vise ainsi à enrichir les statistiques et améliorer la compréhension des développements du tourisme mondial.

La deuxième partie de la communication sera consacrée à l'utilisation possible de cet outil pour les sciences sociales qualitatives. À partir de l'analyse des images postées sur un site touristique, on proposera une méthode susceptible de lier quantitatif et qualitatif, observations localisées et analyse globalisée. Dans un contexte de retour offensif du rationalisme critique dans les SHS, on se demandera si et comment il est possible de faire travailler ensemble les méthodes de l'induction énumérative (statistiques) et celle de l'induction analytique et réflexive (enquête ethnographique).

### **L'expérience aéroportuaire dans la culture touristique: une approche des spatialités du voyageur.**

*Lucie-Emmanuelle Démettre*

Loin de n'être qu'une simple infrastructure de transport, l'aéroport doit être perçu comme le lieu de réunion de millions de passagers de toutes origines et destinations. Pour tous, il est l'antichambre du voyage, où l'individu se familiarise avec son nouveau statut de touriste. L'aéroport participe alors à la constitution de l'expérience touristique, comme en témoigne le souvenir marquant qu'il laisse dans les esprits. Ce lieu de passage et de mobilité devient de facto un observatoire privilégié des pratiques du voyageur.

Cette communication appréhendera les spatialités des touristes au sein de l'espace aéroportuaire, et permettra de mener une réflexion plus globale sur la constitution d'une culture touristique.

Nous montrerons d'abord que l'expérience aéroportuaire participe à l'émergence d'une culture touristique mondialisée. En effet, la standardisation de l'espace et la transnationalité de l'infrastructure affectent les pratiques des voyageurs. Quelque soit l'aéroport fréquenté, ceux-ci sont contraints d'adopter les mêmes « codes de procédure spatiale », qui se traduisent par un itinéraire immuable (enregistrement / passage des contrôles / embarquement). Il faudra examiner l'apprentissage de ce rituel, qui s'opère notamment par le biais d'un espace générique et intuitif (pictogrammes, écrans, etc.), et d'habitudes installées.

Si l'uniformisation des pratiques touristiques au sein de l'espace aéroportuaire est incontestable, des logiques de différenciation et de distinction seront aussi à prendre en compte. Celles-ci s'opèrent en premier lieu d'un aéroport à l'autre. Les autorités aéroportuaires s'efforcent de singulariser leur infrastructure, en exploitant la relation avec la ville desservie : les emblèmes de celle-ci sont projetés dans les terminaux. Les voyageurs peuvent alors adopter des pratiques touristiques bien connues : photographies, initiation à la gastronomie locale, visite de musées, etc. Ces logiques de différenciation se réalisent en second lieu au sein même de l'espace aéroportuaire. Sa fragmentation inscrit les différentes catégories de passagers dans l'espace, et les effets de distinction sont indissociables de l'aéroport. Ils se traduisent par des usages, des parcours, et des comportements différenciés, qui permettent de distinguer le voyageur fréquent et fortuné du touriste occasionnel.

A la lueur de l'expérience aéroportuaire, la culture touristique devra donc s'appréhender en termes de tension entre uniformisation et différenciation.

Cette communication reposera sur un travail d'observation et d'enquêtes menées en 2009 auprès de passagers, dans les aéroports de Paris-CDG et d'Amsterdam.

### **Image promotionnelle et mobilités dans un paysage en changement: défi de cohérence pour l'identité de la Gaspésie touristique (Canada), face à la présence éolienne.**

*Anne-Sophie Devanne et Marie-José Fortin*

Dans cette communication, nous voulons contribuer à la compréhension du lien entre mobilités des touristes et identité d'une destination touristique. Cette dernière, entendue comme un ensemble de caractéristiques de la destination valorisées et reconnues pour et par les touristes, favorise la mobilité d'une clientèle cible, en stimulant un choix de destination et un déplacement. Nous posons ici le postulat que l'identité d'une destination se construit dans l'interaction entre des pratiques promotionnelles (construction d'une image par les intervenants touristiques), la réalité concrète de la destination (particulièrement ses paysages) et des pratiques touristiques (expérience et représentations): cette identité serait d'autant plus forte que ces trois dimensions sont cohérentes.

Le cas de la Gaspésie (Canada) est pertinent pour éclairer un tel processus touchant l'identité d'une destination touristique. Les paysages gaspésiens ont connu des changements importants suite à l'implantation de plusieurs grands parcs éoliens dans la région depuis 2004. La présence de centaines d'éoliennes, visibles depuis la route du littoral (itinéraire emblématique en Gaspésie), peut-elle susciter un décalage entre les attentes des touristes – issues de leur imaginaire, notamment construit sur la promotion de la destination – et leur rencontre avec la réalité de la destination ? À plus long terme, peut-elle avoir une incidence sur les pratiques touristiques et, plus largement, sur l'identité de la destination et les mobilités ultérieures ?

Pour répondre à ces questions, nous nous intéressons à la fois au travail d'acteurs responsables de la promotion de la destination et aux pratiques de touristes en Gaspésie. D'une part, nous montrerons que les représentations des touristes sont largement en adéquation avec l'image promotionnelle de la Gaspésie. D'autre part, nous examinerons si ces représentations peuvent être liées à certaines caractéristiques des pratiques touristiques.

Par ce travail sur le processus de construction de l'identité d'une destination, notre recherche vise, plus largement, à éclairer les changements vécus dans l'industrie touristique en Gaspésie, un enjeu important pour le développement de cette région.

### **La mise en réseau d'actants hétérogènes: le cas de l'offre de loisirs sportifs.**

*Fanny Dubois & Philippe Terral*

Notre communication se propose d'étudier la dynamique des entreprises de loisirs sportifs de pleine nature dont plusieurs auteurs (Paget E., Mounet J-P. et Guilhon A. (2007) notamment) ont montré qu'elle passait par la diversification des activités et la création d'« assemblage touristique »: en effet, elles proposent, en plus des prestations sportives, de l'hébergement, de la restauration et du transport, facilitant ainsi les démarches que les consommateurs doivent entreprendre afin d'organiser leur séjour touristique.

Afin de saisir les modalités de développement et de diversification des entreprises de ce secteur, nous nous intéressons aux différentes ressources (information, conseil, partenariat, technologies) que les professionnels captent, en mobilisant, notamment leurs relations personnelles. La théorie de l'acteur réseau (Callon, 1986 ; Latour, 2006 ; Law, 1994) s'est avérée pertinente car elle permet de saisir les ressources nécessaires au déroulement des actions des professionnels en prenant en compte à la fois leurs réseaux sociaux (les « entités humaines ») mais également leurs interactions avec les « objets techniques » tels que le matériel sportif ou les moyens de communication. En effet, ces « entités non humaines » participent à l'action et la modifient, au même titre que les acteurs humains.

Notre analyse s'appuie sur dix observations ethnographiques réalisées essentiellement avec des dirigeants de petites entreprises de loisirs sportifs de pleine nature dans le département de l'Aveyron : nous avons tenté de « suivre les acteurs » (Latour, 2006) sur différentes scènes de leur vie professionnelle. Nous avons complété ces données par trente cinq entretiens semi directifs en tentant de reconstituer les réseaux « socio techniques » des professionnels.

Notre recherche révèle que la diversification des activités sportives et des services proposés par les entreprises des loisirs sportifs de pleine nature est liée à la mise en réseau de professionnels de secteurs hétérogènes (l'hostellerie, le transport, la culture, etc.) et d'entités « non humaines » (telles que Internet ou encore le GPS). Ces associations permettent en effet le développement de techniques et de produits innovants (tels que la « randonnée GPS ») ainsi que l'adaptation ou la construction de nouvelles compétences (concernant par exemple l'utilisation de ces objets techniques).

## **Autres expériences de mobilité: tourisme et pratiques des lieux en migration.**

*Giulia Fabbiano*

Alors que la mobilité est de plus en plus célébrée comme le mode de vie par excellence de la postmodernité, inaugurant des nouvelles pratiques de socialisation, et plus largement de nouvelles expressions du social, les migrants et leurs descendants sont paradoxalement en marges des discussions et des recherches. Acteurs de multiples déplacements, à la fois géographiques, sociaux, identitaires et symboliques, ils sont le plus souvent assignés à résidence dans l'expérience de l'immigration au sein d'espaces sociaux de relégation, ou au mieux renvoyés aux dynamiques transnationales. Le paradigme transnational permet de rendre compte de la complexité des allégeances, des appartenances territoriales, des investissements différés des espaces mais, surtout en ce qui concerne les générations d'après, comme parfois la multidimensionnalité des séjours au pays d'origine parentale et n'explique pas les usages hétérogènes des lieux. D'autre part, en dehors de quelques études sur les voyages « au pays », les pratiques touristiques des migrants et de leurs descendants ne font pas l'objet d'investigation. Il s'agit dès lors de s'attacher à explorer des expériences autres de mobilité, souvent délestées, et de revisiter, par une approche ethnographique basée sur l'observation participante d'un voyage en Algérie ainsi que sur le recueil des paroles des acteurs, les pratiques touristiques des migrants d'origine nord-africaine et de surcroît de leurs descendants. La communication déconstruira la lecture dominante et un peu trop simpliste qui liquide les voyages dans les pays d'origine parentale comme des « retours au bled », en relevant d'une part les diverses dimensions touristiques qui les constituent et d'autre part les phénomènes d'apprentissage touristique qui les traversent. Deuxièmement, elle s'attardera à discuter les représentations qu'ont les acteurs des lieux visités ou à visiter en tant qu'indicateurs de distinction sociale et d'identité.

## **“As mists floated over the Sungari River”. The Touristic Culture Defined by Imperial Japan to Better Please Foreign Visitors.**

*Philippe Forêt*

I will question several of the assumptions we share on Western (sic) travel culture in an examination, done through Japanese eyes, of the “global tourist culture.” My paper will also explore the tensions inherent in extending abroad a new international travel culture. To deal with the new codes of behavior that were enforced in Japanese-dominated Korea and Manchuria, I will rely on the literature that writers like Natsume Sôseki and the Japanese Ministry of Railways produced in the 1900-1930 decades. Companies such as the powerful Mantetsu were tasked to commodify images of ancient Asia while providing international travelers with the same amenities as in New York City. Contemporary guidebooks sought to promote to foreign visitors a cultural approach to imperial geography that participated in a coherent vision of the modern world order. At the same time they made them attractive, these guidebooks disenfranchised the native cultures of the Asian mainland. How did international tourism validate Japanese assumptions held then on the cultural geography of Asia? What was the colonial geographer's gaze on tourism? What was needed to educate international tourists who boarded hotels, trains and ferries in Korea and Manchuria? How did mobility enhance the impressions of traditionalism and apathy in colonized Asia recorded by travelers? How were landmarks mapped and represented for tourist consumption? These will be among the questions on tourism and mobility that I will try to answer within the epistemological boundaries of this case study.

## **Shared corporeal construction of the tourist experience in remote destinations**

*Anne-Marie d'Hautesserre*

Traditional notions of objectification of hosts (which rely on unspoken assumptions about their identity as subaltern) by subjects/visitors suggest hosts as inactive or behaving as automata in response to visitors' initiatives. Judith Butler (1990; 1993) developed the concept of performativity as a key approach to think about the discursive practices through which bodies must perform in social interaction and how identity is thus constructed. This notion of corporeal performative engagement allows one to look at the role of all participants in the co-creation of behaviours and practices in 'tourist zones'. Barad (2003: 815) speaks of intra-action to underline that participants in a performative relationship need to be considered as intertwined agencies which mutually construct each other. In this study it enables one to examine how tourists as well as hosts master tourism. All members of both interacting groups are conjointly engaged in the complex corporeal choreography of the tourist experience. De Certeau has underlined how places come into being through praxis (1984), not just through narratives. Segalen had also noted that both Indigenous people and Europeans involved in the contact zone needed to normalize the exotic. Many westerners teeter on the brink between desire for the exotic and abjection for miscegenation. Ecotourism is an opportunity to consume radical bodily difference, which does imply physicality. Both sets of actors must develop corporeal skills to perform in and create the tourist zone. Agency of both hosts and tourists is constrained, however, by the conditions under which tourism is invested in and developed. Power inequalities remain, expressed, for example, in today's continued racial distinctions and hierarchies. Visitors also only witness a reduced (condensed and selective) performance, which in turn will influence how they experience and understand the culture exhibited. The examples used will be Wallis and Futuna and the Festival of Pacific Arts.

## **Corps masculins en vacance(s): nudité balnéaire et identité gay.**

*Emmanuel Jaurand*

La métaphore du voyage est au cœur de la culture gay, au moins depuis la fin du 19<sup>e</sup> siècle. Elle s'appuie sur le mythe de l'existence d'un paradis gay perdu et qu'il faut retrouver. Si le relâchement des contraintes de l'espace-temps quotidien caractérise les vacances, il revêt aussi pour les gays une signification identitaire, à travers « la fuite de l'interpellation hétérosexuelle ». Les guides, magazines et catalogues de voyages mettent en avant l'entre-soi monosexué et la dénudation des corps, avant tout au bord de la mer, notamment la Méditerranée « construite » par le regard des artistes et écrivains homosexuels. La banalisation des corps nus sur les plages investies par les gays répond ainsi à plusieurs objectifs. Elle signifie d'abord la rupture avec les codes dominants de la société voire la loi dans le cas du nudisme sauvage: la tribu des gays en vacances se constitue autour d'une transgression collective et le corps libre est érigé en site de résistance aux normes. Ensuite, selon le modèle de l'Immoraliste d'André Gide, la dénudation intégrale du corps signifie l'abandon de toute honte liée à son identité profonde, dissimulée pendant une partie de l'itinéraire de vie de chaque homosexuel. Enfin, l'exposition de sa nudité au regard des autres (qui sont en l'occurrence les mêmes) affiche la valeur du corps sur le marché sexuel et signifie, par métonymie, la disponibilité pour des interactions sexuelles sur place le cas échéant. Dans la mesure où pour les gays, les vacances permettent de se retrouver entre eux, pour valider leur identité, leurs pratiques conduisent à s'interroger d'une part sur la

construction d'une culture touristique gay spécifique et d'autre part sur une vision générale du déplacement touristique comme étant motivé par la recherche de l'altérité.

### **Trekking et engagement corporel**

*Lionel Lapomme-Paironne*

Le trekking, que l'on peut définir comme l'ensemble des séjours touristiques internationaux orientés vers la pratique de la randonnée, est une des formes de tourisme ayant connu un fort développement au cours des vingt dernières années.

Culture touristique basée sur « une thématique à la fois sportive et culturelle », cette pratique à la fois élitiste et de plus en plus répandue répond à une logique de recherche de périphéries (hautes montagnes, déserts...), mais aussi à un besoin d'engagement corporel pour des touristes en quête de rupture.

En effet, le terme trekking lui-même est souvent utilisé pour désigner une randonnée « difficile ». Ainsi pour la Fédération Française de la Randonnée Pédestre, il existe différents niveaux graduels dans la pratique de la randonnée pédestre, qui sont regroupés sous des vocables allant de la « balade » jusqu'au « trekking », les critères de classement n'étant pas la durée consacrée au séjour, mais bien le niveau physique requis ou la durée de l'effort. L'INSEE procède également ainsi pour différencier les types de pratiques touristiques liées à la marche à pied.

Quelle est la part d'engagement corporel dans la pratique du trekking ? Comment les tour-opérateurs spécialisés dans cette pratique touristique prennent en compte cet engagement ?

L'objet de cette communication est de montrer les différents niveaux d'engagement corporel en analysant le contenu d'un corpus de brochures de tour-opérateurs français et britanniques spécialisés dans la commercialisation de séjours de trekking. On repère ainsi trois modalités de mise en scène et/ou de hiérarchisation des niveaux d'engagement corporel : le discours, les images, et enfin les « échelles de difficulté ».

Ces éléments concourent à faire du trekking une pratique touristique où, paradoxalement, la maîtrise d'une compétence à l'origine élémentaire, la marche, requiert un apprentissage et la construction d'une véritable "culture touristique" (Lofgren, 1999).

### **Pratiques et compétences des touristes occidentaux et asiatiques dans la kinabatangan.**

*Clotilde Luquiau*

Les « tourism studies » ont démontré l'influence de l'origine culturelle sur les pratiques des touristes. La littérature actuelle met en évidence des différences entre touristes occidentaux et touristes asiatiques. Les premiers seraient caractérisés par une connaissance de la nature\* développée et visiteraient des lieux qui demandent une culture solide pour pouvoir les apprécier. Les seconds se cantonneraient à des espaces plus aménagés dédiés aux loisirs et à la détente. La majorité des touristes venant à Sabah est d'origine asiatique, or, dans la Kinabatangan, haut lieux de l'écotourisme de Malaisie, plus de 4 touristes sur 5 sont

occidentaux. Pourtant, le séjour dans la Kinabatangan ne requiert officiellement aucune compétence: il faut seulement s'asseoir dans une barque et regarder les animaux. La façon dont les opérateurs ciblent leur clientèle explique-t-elle cette domination des occidentaux ? Comment les touristes asiatiques perçoivent cette offre? Y a-t-il un panel de compétences requis pour être un « écotouriste » ? Quel est la conséquence de l'acquisition de ces compétences sur le choix lieux visités ? De quelle manière l'image véhiculée par les tours opérateurs et les médias influencent-ils cette perception ? Il semble que des groupes transcendent ces clivages entre asiatiques et occidentaux come les « routards\*\* » ou les touristes aisés \*\*\*. Notre présentation s'appuiera sur une trentaine d'interviews de touristes asiatiques, sur une analyse de la communication faite par les tours opérateurs et sur une lecture attentive des études de profil touristiques étudiées par les institutions locales. Elle nous permettra d'exposer les liens entre l'image d'un site, le mode de visite du site, les compétences requises pour le visiter et le profil des touristes.  
\*« environmental awareness » \*\*Backpackers; \*\*\*up-market

### **(Dis)ability and the body-landscape encounter**

*Dr Hannah Macpherson*

In this paper I draw on my research with disabled artists and my research with walker's with visual-impairments to explore the range of ways in which tourists might encounter their environment. In the paper I illustrate the varied ways in which our corporealities inflect the practice of consuming, experiencing and looking at British landscapes and I outline the possible usefulness and limits of adopting non-representational approaches to narrating such touristic encounters with landscape. I argue that we should be wary of the latent 'ableism' and individualism that is sometimes at work in research on body-landscape encounters and consider the ways there is a range of different corporealities and inter-corporealities to be discerned within the tourist's collective embodied encounters with landscape.

### **Chez les uns; chez les autres: ryokans de Kyoto et riads de Marrakech.**

*Anna Madoeuf*

Ma proposition de contribution se fonde sur une comparaison des mises en scène de demeures traditionnelles japonaises à Kyoto (ryokans) et marocaines à Marrakech (riads) telles qu'elles sont aujourd'hui énoncées et proposées comme hébergements touristiques sur des sites internet ou des catalogues de voyagistes. Par le biais de ce type particulier de logement, c'est aussi l'idée de l'accès à l'intimité des autres qui est suggérée, depuis une intrusion consentie dans la maison, espace domestique et privé.

Là, le mode de vie et la culture des autochtones (en leur présence à Kyoto et en général en leur absence à Marrakech) sont donnés à la fois comme observables, accessibles et endossables un temps. Ces propositions d'accueil sont en effet accompagnées de commentaires, modes d'emploi, ou notices explicatives présentant une sorte d'abécédaire des décors, rituels, postures, gestuelles, tenues et accessoires, soit un guide des usages adéquats ou possibles des lieux et des modèles de comportement symbiotique. Ces formules, suggérées comme de véritables expériences culturelles à référent spatial, permettent de combiner trois niveaux constitutifs d'une situation expérimentale de découverte: ville « authentique et

historique », demeure « traditionnelle », et mode d'être aux lieux idoines. De fait, les riads et les ryokans en question sont aussi présentés comme indissociables de leurs sites d'inscriptions, respectivement la ville ancienne et la médina des cités impériales de Kyoto et de Marrakech, villes touristiques comparables par le récit de leurs références historiques, patrimoniales et identitaires.

Enfin, Marocains et Japonais ne sont certes pas considérés ou déconsidérés de la même manière; l'analyse de l'imaginaire construit et véhiculé par ces deux types de situations touristiques articulées à ces deux contrées nous renseigne également sur le regard (trans)porté depuis l'Occident sur l'ailleurs et l'altérité, sur les formes contrastées et modulées de considération de l'Autre, et sur deux univers fantasmés de l'Orient. Respect scrupuleux de codes et soumission à des usages voulus opaques ou interprétation d'un univers générique des Mille et une nuits, les variations de ces emprunts et registres déclinent comment s'imaginer être un autre chez lui-même...

### **Nouvelles pratiques d'habiter et de récréation dans les espaces montagnards : vers des cultures post-touristiques ?**

*Niels Martin*

Posons comme hypothèse simplifiée que le nouveau visage et les nouvelles dynamiques des espaces ruraux et montagnards seraient le résultat de deux phénomènes convergents: d'une part, l'installation de populations nouvelles sous forme de migrations "d'agrément" (le terme amène des controverses) ou "d'aménités" -la traduction des "amenity migrations" (Moss 2004) est encore imprécise, et plus largement les nouveaux modes d'habiter, comme l'"habiter polytopique" (Stock). D'autre part, les nouveaux modes de pratiques récréatives, davantage tournés vers la proximité et la congruence avec le lieu d'habitation. La conjugaison de ces deux tendances tend à redéfinir le rapport des individus au territoire: la logique traditionnelle où l'on choisirait son lieu de résidence par rapport à son lieu de travail et où on se déplacerait vers son lieu de loisir tend à se morceler, pour aller vers des stratégies résidentielles privilégiant l'agrément, voire vers de multiples "entre-deux" tels la "multi-appartenance territoriale" (phénomènes de bi-résidence par exemple) d'individus devenant "géographiquement pluriels" (Stock 2004), c'est à dire capables de s'impliquer sur différents lieux.

Si le repeuplement des zones rurales apparaît en soi comme un phénomène positif –Le Bras (2007) y voit la « fin du désert français »-, il n'en reste pas moins que cette nouvelle configuration socio-démographique des territoires ruraux et montagnards ne va pas sans bousculer conjointement l'identité territoriale, l'économie, les pratiques sociales, et bien entendu la gouvernance des territoires concernés. Parmi les recompositions qui seront immanquablement à observer, on pourra citer pêle-mêle et de manière non exhaustive une économie résidentielle à (re)considérer, des (nouvelles) pratiques récréatives de proximité dans des espaces jadis considérés comme « touristiques » ou du rural éloigné (éloigné de l'économie touristique ?), sans oublier des besoins qui évoluent en terme de services. Ce qui paraît inhérent à l'arrivée de nouveaux habitants au profil « péri-urbain » (avec toute la prudence des termes), et à des pratiques touristiques en mouvance, ne va pas sans poser des problématiques très pratiques à la gouvernance en place sur les territoires : comment appréhender au mieux le phénomène (dont la lisibilité et la durabilité sont loin d'être évidentes), et y apporter une réponse en termes d'accueil ou d'équipement ? L'économie

résidentielle générée peut-elle seule apporter une réponse à ces besoins ? D'ailleurs, la collectivité souhaite-t-elle / est-elle en capacité d'accueillir, et met-elle en place des stratégies pour attirer et retenir de la population permanente ? Les nouvelles pratiques récréatives et plus largement les aménités recherchées –imaginées ?- par les nouveaux résidents sont-elles compatibles avec les logiques territoriales locales ?

Le géographe, quant à lui, se trouve confronté à un double défi: d'une part, territorialiser le phénomène et tenter d'y apporter des clés de lisibilité, et d'autre part le conceptualiser, à l'aide de la grille de lecture provisoire du post-tourisme. Ce champ d'investigation en relative jachère en France invitera peut-être au cours du travail de recherche à développer un panel de concepts, méthodes et outils aptes à en permettre l'observation et l'interprétation.

### **Mutation de l'expérience de voyage dans l'ère des nouvelles technologies**

*Rafael Matos-Wasem*

Une frange croissante de la population mondiale, aussi bien dans le Nord que dans le Sud, est happée par les nouvelles technologies de l'information et de la communication. Ce phénomène exerce une influence indéniable sur de nombreux secteurs à l'enseigne du monde du travail, des rapports sociaux et des loisirs. Il en va de même en ce qui concerne le tourisme et le voyage.

La diffusion et la généralisation de techniques, telles que le courrier électronique, la téléphonie mobile (et le texto), les sites Internet et les blogues, est en train de modifier en profondeur non seulement l'accès à l'information touristique (principalement au niveau de l'offre), mais aussi les pratiques touristiques et l'expérience même du voyage. Ainsi, la rupture entre l'ici et l'ailleurs n'est plus quasi-totale (le télégraphe et le téléphone fixe avaient déjà quelque peu modifié la donne). Tandis que l'« éloignement physique » demeure –étant donné qu'il est consubstantiel à l'acte même de voyager–, la « distance » n'est plus guère d'actualité sur le plan du vécu. Une véritable « proximité psychique » s'oppose maintenant à l'« éloignement corporel ». Ceci contribue aux profonds bouleversements qu'est en train de connaître ce véritable voyage initiatique qu'est la première expérience « backpacking » vécue par un adolescent. Ceci s'ajoute à la flexibilisation accrue de la mobilité sur place (des groupes « routards » surgis en cours de voyage peuvent se reconstituer plus tard un peu plus loin). Songeons aussi à la multiplication des blogues alimentés en cours de route et qui servent non seulement de suivre l'itinéraire et les événements vécus, mais aussi à redonner une nouvelle impulsion au principe de distinction.

Grâce à un corpus de textes fournis par des étudiants dans le cadre d'un séminaire, nous comptons aborder ces différentes questions.

### **Loisirs et pratiques touristiques chez les Cris de la Baie James.**

*Samuel Neural*

Les Cris occupent la région de la Baie James au nord de la province du Québec au Canada depuis plus de trois millénaires. Ils conjuguent aujourd'hui le cadre très contemporain des neuf villages dans lesquels ils sont répartis et celui des campements, à partir desquels ils

prélèvent encore les ressources animales et végétales par le moyen de la chasse et la pêche. Outre les industries minières, forestières ainsi que les installations hydroélectriques qui exploitent leur milieu, les Cris se sont tournés vers les pratiques touristiques qu'ils se réapproprient en tant que récepteurs mais aussi, fait nouveau, en tant qu'émetteurs. Bien qu'ils occupent des emplois dans les administrations des villages, des vacances d'automne et de printemps ont été aménagées pour l'activité cynégétique. Les rythmes du salariat, que les Cris ont rendu très flexibles, l'acquisition de nouveaux moyens de transport, permettent une mobilité constante des familles depuis leur région, «Eyou Istchee» - la terre des vrais hommes - jusqu'aux métropoles le long du fleuve Saint-Laurent et encore bien au-delà. Ces nombreux déplacements consistent pourtant moins en une tentative de dépaysement qu'une incessante réactivation des liens identitaires qui s'affirment tant dans le cadre des destinations que les Cris choisissent que les pratiques sociales qu'elles occasionnent et que nous souhaiterions explorer au cours de notre présentation.

## **Kabyles en France**

*Zina Ouaglal*

Cet article propose de donner sens au témoignage de familles kabyles installées en France, un groupe singulier et leur retour au pays, l'Algérie durant la période estivale. Cet étrange ballet entre la France ou bien l'Europe et l'Algérie se produit chaque année en direction de la Kabylie. Cela se passe entre les mois de juin à septembre. Avec une certaine minutie, réglée comme du papier musique, comme ces oiseaux voyageurs (migrateurs) qui répondent à un appel silencieux, ces familles décident de repartir vivre le temps d'une saison sur leur terre nourricière. Ce que nous proposons au travers des ces histoires de vie, c'est de comprendre aussi l'histoire des aménagements et mobilisations perceptibles à la fois sur les moyens mis en place pour satisfaire la demande de ces familles et d'autre part sur place au niveau des villes qui accueillent ces touristes particuliers. Les sites concernés sont ceux de la Petite Kabylie : celui de « Yemma Gouraya », la maison de la sainte qui protège la ville de Bejaïa et « la grotte Merveilleuse » de Aokas (des stalactites aux formes curieuses et stalagmites). Le texte suivant prend en compte l'exemple de communauté maghrébine issue de l'Algérie vivant à l'étranger, ayant vécu et vit de cet état de faits : entre déchirements, résignations, espoirs de revoir cette patrie, qui est soit liée à une partie de l'enfance, à une partie de l'adolescence, à des parents, à des amis laissés derrière soi. Comment ce tourisme des racines peut se définir pour ceux qui le pratiquent ? Comment et quelles sont les implications socio-économiques qui peuvent être à l'origine et les conséquences de telles pratiques ? C'est l'objet de la partie méthodologie autour de laquelle s'invitera la problématique de notre texte. L'exemple traité pour l'Algérie (qui n'est pas représentatif au vue de l'échelle du pays, ce n'est qu'une modeste approche coté kabyle qui est soulevé ici tout en sachant qu'il doit y avoir des similitudes avec d'autres régions et pays) n'est pas isolé car comme tout a chacun de rechercher à savoir d'où il vient malgré le temps et la distance : pour le réaliser, ce tourisme des racines tient lieu d'un véritable trait d'union entre la volonté et le désir de recoller les morceaux avec une partie de soi, de retrouver la pièce du puzzle qui permettra de continuer à avancer dans l'élaboration, la construction de sa vie. Le tourisme des racines est vécu comme au terme d'une « expérience » et c'est cette dernière qui est l'objet des observations d'entretiens, des enquêtes historiques-biographique, pour terminer sur une analyse de corpus. Les corpus sont principalement composés de:

- Des données sur l'évolution du taux de passager durant ces cinquante dernières années et les retombées variables (logistiques, ...) auprès des différentes compagnies aériennes qui desservent la destination de voyage

- Des entretiens concernant l'expérience du retour (sur différents plans, à la fois sociologique et psycho-sociologique) , ce qui est attendu, la réalité du terrain, ce qu'il faut consolider ou réaliser.

### **Host-guest encounters as (de)constructing place(s).**

*Helen Pattison*

The global connection of spaces (de)constructs place. Place is porous, existing through complex relationships and connections, 'Places float around within mobile, transnational networks of humans, technologies, objects and images that continuously connect and disconnect them to other places (Urry 2002; 42). Places are also positioned in relation to each other in global networks, often asymmetrical core-periphery relationships. An example is the relation between a core tourist-producing place and the periphery destination.

However, Escobar (2001; 155) argues that, 'local groups, far from being passive receivers of transnational conditions, actively shape the process of constructing identities, social relations, and economic practice'. Local people achieve this within place, both on the ground and between global and local space.

The result is transformed space informed by these movements, and the construction of various places as international flows encounter local people, capital and ideas in a local community. This, I will argue, applies with respect to tourism space and place in The Gambia.

Based on my thesis of the construction of the host gaze, hosts play an active part in constructing encounters with tourists. Tourists bring western discourse with them to destinations but by 'doing' tourism and engaging with the hosts, perceptions can shift. New knowledge is created, identities negotiated, and spaces constructed and deconstructed.

Providing cameras to local people in a rural Gambian village sought to capture the gaze of the hosts; their encounter with tourists and how the host makes sense of the encounter to construct meaning. The method was useful in revealing the negotiation of identities of hosts and tourists through encounter. Tourists gaze at hosts as exotic objects and space as authentic, through the subtle power of the hosts. They also experience hosts as teachers and individual subjects, with tourists gazed upon as objects at the periphery of community.

### **Mobilité des images et des objets dans des projets touristiques locaux: réflexions à partir d'exemples en Valais (Suisse)**

*Dr. Mathieu Petite*

Cette communication porte sur la manière dont un projet touristique local met en relation des objets, des images et des personnes dans la perspective de susciter des pratiques touristiques. Elle tentera ainsi de montrer qu'un projet touristique est une configuration, stabilisée à un

moment donné, d'éléments hétérogènes, dans un contexte de mobilité généralisée, tant des personnes, des images que des objets (Urry 2000). Quelques cas d'étude, situés pour la plupart d'entre eux en Valais, seront abordés pour illustrer cette problématique déclinée en trois points.

D'abord, le processus touristique contribue à transformer, parfois à fabriquer, des objets matériels qui dépendent de moins en moins du lieu dans lequel ils sont inscrits. L'exemple de la passerelle bhoutanaise (Bois de Finges, Valais) en témoigne. Conçu par une association désireuse de symboliser un partenariat international entre régions de montagne, le projet de passerelle a été approprié par les responsables du site où elle est bâtie, qui en ont fait un élément de leur offre touristique.

Ensuite, ces projets participent de la circulation des images et des références qui caractérisent l'époque contemporaine, au sens où ils sont associés à des images parfois considérées comme stéréotypées de la montagne (Morand 1993, Berthoud 2002). En même temps, les porteurs de projets invoquent des références plus locales, par exemple sur la prétendue utilité de tel ou tel projet pour la population locale. La mise en place du projet agro-touristique d'Ossona (Commune de Saint-Martin, Valais) s'inspire des tendances actuelles en matière de tourisme (agritourisme, découverte de la nature, etc.), mais vise tout autant à insuffler une dynamique dans la commune de Saint-Martin.

Enfin, le projet n'est rendu possible que par une mise en réseau de personnes et de ressources. Non seulement le projet doit attirer des visiteurs pour obtenir une rentabilité et une raison d'être, mais il doit aussi rassembler des compétences qui sont disséminées dans plusieurs lieux. La stratégie menée par la commune de Saint-Martin pour réaliser son projet d'Ossona relève de la nécessité d'anticiper la demande touristique, de chercher des alliances pour mener à terme le projet et de rechercher des savoir-faire utiles au projet dans des espaces éloignés.

Cette proposition s'appuie sur une analyse aussi bien des objets matériels que des discours qui les justifient. En ce sens, la démarche emprunte largement au corpus théorique de la sociologie de la traduction (Latour 1993, Callon 2006) et de la sociologie pragmatique (Boltanski & Thevenot 1991, Conein 1990).

## **Etre touriste dans un pays socialiste: le cas du tourisme domestique au Viêt Nam**

*Emmanuelle Peyvel*

Au titre du deuxième axe du colloque « Cultures touristiques : spatialités, mobilités, corporalités », portant sur l'apprentissage des cultures touristiques, nous nous proposons ici d'étudier le cas vietnamien, à travers lequel nous essaierons de comprendre en quoi le fait que ce pays soit socialiste a des conséquences sur la construction des pratiques touristiques domestiques.

En permettant aux Vietnamiens de faire du tourisme dès l'indépendance acquise (1954), l'état socialiste a en effet précocement initié des pratiques touristiques, notamment afin de légitimer sa ligne sociale se définissant comme au service du peuple. Dans les premiers temps, le tourisme a été un outil au service de l'édification des masses. Il était soit utilisé comme récompense au service des ouvriers, agriculteurs et fonctionnaires désignés comme les plus méritants, soit réservé à une élite d'apparatchiks. L'interventionnisme étatique dans le

tourisme se calquait alors en grande partie sur l'URSS, où des hébergements et des activités spécifiques étaient réservés aux travailleurs dans les stations du pays. Aujourd'hui encore, les souvenirs de ces pratiques sont vivaces, si bien que l'histoire vacancière des Vietnamiens est plus longue que la pauvreté et la guerre encore récente peuvent le laisser croire. A partir de 1986, année du Đổi Mới qui amorça une relative libéralisation de l'économie, ce système n'a pas complètement disparu. Il s'est plutôt recomposé, si bien que les structures paraétatiques, comme les organisations de masse et les syndicats, jouent encore un rôle non négligeable auprès des Vietnamiens, que nous pourrions qualifier entre autres de « passeurs d'altérité ». Il peut s'agir par exemple de prendre en charge le séjour de certaines catégories de population, comme les vétérans, de proposer des hébergements touristiques bon marché aux salariés via leur syndicats ou de monter des voyages organisés pour des associations de quartier.

La question ne sera donc pas seulement ici de savoir comment l'Etat a cherché à encadrer les pratiques touristiques domestiques, mais aussi et surtout de comprendre comment les Vietnamiens ont réussi à se servir de ces structures pour faire du tourisme. Comment arrivent-ils à prendre appui sur des cadres aussi établis et a priori aussi contraignants que ceux étatiques pour construire un projet touristique ? Par quels mécanismes inhérents à ce système socialiste ont-ils appris à faire du tourisme dans leur propre pays ?

Cette démarche paraît d'autant plus utile que le tourisme domestique dans ce pays est souvent spécifié par la « culture asiatique », alors même que l'empreinte socialiste est également très forte dans la construction des pratiques et lieux touristiques vietnamiens. Cela permettra par ailleurs de se dégager de la dichotomie habituellement construite entre culture occidentale et culture touristique non-occidentale, en ouvrant des passerelles vers les spécificités éventuelles du tourisme des pays socialistes (Chine, Cuba) ou anciennement socialistes (Russie et Europe de l'Est).

### **Plages africaines, plages occidentales, au Kenya. Le choc des acquis civilisationnels: la culture des 4 « S » face à l'invention d'une culture balnéaire locale.**

*Jean Rieucou*

Au début du XXIe, quels que soient le continent et l'aire culturelle, la pratique de la plage en fait d'abord une scène sociale, un territoire de loisirs, un lieu de promenade, offrant des possibilités de côtoiement, de rencontres temporaires. Dans les civilisations non occidentales, en particulier de l'Afrique subsaharienne, la culture touristique occidentale participe de processus complexes de confrontation, de rejet, parfois d'hybridation avec les cultures et les pratiques récréatives locales. La plage, territoire atypique, entre hétérotopie et antimonde, constitue un champ intéressant pour décrypter les acquis civilisationnels des pratiques récréatives, de la relation au corps, de la stimulation des sens, qui différencient occidentaux et populations non occidentales. Le littoral swahili, au Kenya, juxtapose des plages de comptoirs touristiques, fermées, à usage exclusif et des plages africaines, ouvertes, de fonctionnement inclusif. Au début du XXIe siècle, le balnéarisme du littoral de l'Océan Indien, encore largement réservé aux ressortissants européens, participe des 6 « S » (sea, sand, sex, sun, surf and savage). Cette culture touristique, sur les côtes, de manière croissante, rentre en concurrence avec l'essor du tourisme domestique et de proximité kenyan, depuis l'émergence d'une culture de plage locale dans les années 1995. La culture balnéaire africaine, parce qu'elle est extérieure à l'histoire de la balnéarité occidentale fondée sur les 4 « S » (sea, sand, sex, sun) s'invente au jour le jour, depuis une quinzaine d'années, par un processus original

de glocalisation des pratiques de la plage. La corporisation de la plage africaine par les Africains ne s'appuie pas sur les pratiques occidentales du dénudement des corps, de l'héliolâtrie, du rapport sensuel au sable. Mais l'univers sensoriel africain est riche et privilégie l'esthétique des coiffures, le soin des mains et génère de petits emplois informels et temporaires. Les bains marins, habillés, se développent lentement dans la mesure où seulement 10% des touristes kenyans savent nager. Les Africains privilégient deux territoires: le linéaire côtier (déambulation, contemplation de la mer, consommation de boissons, vélo tout terrain...) et l'arrière-plage (danse en discothèque, pique-nique, restauration, soin du corps).

### **Embodying the map: tourist practices in Berlin from post-unification urban renewal to “Mauerfall 2009” events, and beyond.**

*Tania Rossetto*

After the fall of the Wall and the transformation of the former divided city in the national capital of the reunified Germany, the cartographic imagery of Berlin suddenly changed. The normal cartographic vertical vision, functional to the tourist practice of watching from above (and similar to the angel's gaze in the film *Der Himmel über Berlin*, by Wim Wenders, 1987), seemed to be replaced by the material, corporeal, and sensitive experience of crossing the border on the ground-line (in a sort of parallel with Wender's angel's fall). The impetuous renovation of the urban landscape that occurred in the last twenty years, with the edification of whole new parts of the city, the restoration of historic buildings, and the establishment of new “places of memory” (see Till, *The New Berlin*, 2005), has led to a wide production of visual cartography-based materials aimed at visualizing and explaining the past, present, and future transformations of the city to both “residents” and “visitors” (categories made more ambiguous in this geographical context by the recent unification). The acme of this production was reached in 2009, during the Mauerfall celebrations, when Berlin strongly communicated itself by means of cartographic language. The “normal” cartographic vision (with the arrangement of panoramic viewpoints and observation facilities) is here re-established, but it often appears integrated by tridimensional rendering and explicit invitations to experience and perform the map in a corporeal way (walking the wall with multimedia portable guides, biking the wall as in the film *The invisible frame* by C. Beatt, entering the “Virtuelle Mauer” 3D installation, and even joining the human chain of “Mauer-Mob” project or hearing the “Berlin wall of sound” in Mauerpark). All these multimodal spatial representations, implying action and involving several sensory modalities, contribute to make the cognitive map of the visitors more vivid. The achievement of a cartographic competence within the urban space (even through tourism maps or maps made available to tourists), moreover, plays a basic role in the specific context of Berlin, where the diachronic transformation of the built environment and the complex coexistence of renovation and persistence of the past are consubstantial to the material life and cultural identity of the city.

As for the theoretical framework, the paper adopts a “non-representational” research approach, stressing the role of the body, materiality, spatial practice, performance, and action in the cartographic experience. Based on the most recent achievements in the study of tourism maps (see Hanna, *Del Casino, Mapping Tourism*, 2003), it suggests that these maps don't necessarily structure and impose a pre-ordinate spatial organization of tourism practices, as the traditional critique of cartography applied to tourism studies affirmed: they rather provide

tourists with the opportunity of a conscious, creative, and multidimensional encounter with the past and new Berlin, giving instead of denying options to the tourist experience.

### **Representing the Other: Indigenous people and cultures in tourism promotion**

*Jarkko Saarinen*

Modern tourism has become increasingly a major element in constructing and constituting the way in which we see other places and cultures. In order to develop, tourism must produce and construct representations of destinations for marketing purposes. Thus, the question of representations and their production can be seen as crucial for tourism. Tourism brochures can be seen as the sites of representations, which are a part and material of the discourses of tourism development and specific tourist attractions. These discourses are constructed in social practices and at the same time they construct and transform social reality and the physical environment by virtue of the practices and policies attached to them. According to Kotler et al. (1993) one of the major practices that manifest power in tourism is the production of representations for the purposes of place promotion which spatialises meanings, representations and history for non-local people to consume by packaging real and/or imagined representations into a marketable product. However, while this process makes the cultural features of the destination known, it also stereotypes and modifies the signs and symbols involved. From the local perspective, one possible result of this process can be the marginalisation of local communities, in which local traditions, livelihoods etc. are depicted in images as other, primitive, pre-modern, economically lower and non-profitable comparing to tourism development and tourist cultures.

This paper aims to discuss the role of local people, namely indigenous cultures, in tourism promotion and development. The purpose is to analyse the roles local people are placed in the commoditisation of indigenous culture in tourism marketing. By analysing these representations the paper aims to discuss also the possible effects for the local people in development driven by tourism.

### **La spatialisation et la conception des hôtels tunisiens, une traduction de la nature de la demande et de l'offre touristique.**

*Ikram Saïdane.*

La Tunisie s'est engagée peu de temps après son indépendance dans une politique favorable au développement du tourisme international. Ainsi, l'activité touristique tunisienne, essentiellement tournée vers les pratiques balnéaires, est due au progrès social un peu partout dans le monde et plus particulièrement en Europe. Elle allait bénéficier d'une situation propice à son développement. Un développement dont les facteurs pourraient se confondre avec la généralisation des congés payés, le développement du transport aérien mais aussi avec l'engorgement des stations balnéaires du sud de l'Europe, notamment en Espagne et sur la Côte d'Azur.

Ce phénomène, qui s'est accru dans les années 1960, remonte en fait au début du XXe siècle, sous le protectorat français. Néanmoins, le noyau touristique hérité du protectorat, implanté

dans les principales villes du pays, allait s'avérer insuffisant et ne pouvait répondre à la demande d'une clientèle nouvelle « férue de plage et de soleil ».

De là est née une première génération d'hôtels, conçus sur un modèle proche de celui des résidences de villégiature et implantées avec beaucoup moins d'indifférence à leurs territoires que ceux qui l'ont suivi quelques années plus tard. On constate ici une rupture: à une clientèle différente, on propose une offre touristique différente. Les touristes européens des années 1970, arrivant en Tunisie en beaucoup plus grand nombre, ne sont a priori demandeurs que de mer, de plage et de soleil. En réponse à leurs attentes, les promoteurs construisirent des hôtels immenses tournés essentiellement vers la mer.

Nous pouvons affirmer que la conception des hôtels tunisiens s'est faite selon trois modèles : Le modèle vernaculaire, fondé sur le recours à des formes paysagères en relation au territoire d'accueil, le modèle international, fondé sur des formes paysagères en rupture avec le territoire d'accueil et le modèle néo-vernaculaire, sur des formes paysagères combinant celles des deux modèles précédent.

Ces modèles trouvent leur origine dans l'évolution de l'offre et de la demande touristique internationale, celle des pratiques touristiques et celle des politiques publiques tunisiennes.

### **Tourist spaces as heterotopias. Touristification and the generation of identity as interconnected logics of action.**

*Anja Saretzki*

According to Lefebvre tourist spaces cannot only be thought of as products but must also be considered mediums of social action. Lefebvre conceptualized the triad of spatial practices, representations of space and spaces of representation to grasp the dialectic of production and reproduction of social space. All levels of space correspond to each other and understanding the complexity of social space means to consider these interdependencies. This is also valid for tourist spaces. They do not only change their faces because of tourist use, but the influence of "other" readings leads to local reinterpretations.

The Palmeral of Elx, a landscape of groves of date palms from the 9th century that was inscribed on the World Heritage List in 2000, should serve as an example to demonstrate these connections. As a part of the world cultural heritage and as a tourist sight it can be understood as a heterotopia. Lefebvre talks about heterotopias as "ambiguous spaces". They are "other spaces" and "spaces of the other" that is excluded and included at the same time. The ambivalence of tourist spaces as heterotopias becomes obvious in the Palmeral's changing role: it has changed from an agricultural area into a key factor of Elx's touristic development. As a tourist attraction it received a new symbolic meaning and its physical appearance is adapted to tourist needs. As a world cultural heritage site the Palmeral has become a space for aliens and thus a different space. The process of touristification launched the change of economic into cultural capital. The tourist use of the Palmeral made it a heterotopia and excluded it from the people of Elx's lives. But on the other hand, this paper will show that the valorization for tourists converted the Palmeral into an identity-generating symbol and included it into the local life.

## **Economy of Fascination: spectacles and fascination as driving forces for attracting tourists.**

*Heiko Schmid*

More and more tourist destinations are promoting themselves by offering spectacular attractions to a global audience. The creation of countless entertainment, shopping, and artificial worlds is becoming increasingly important, enhancing the visibility and the marketing of these destinations. Conglomerations of theming and experience orientation are emerging, and the mechanisms of staging and consumption are appearing in more and more tourist destinations. This development is primarily characterised by the theming of everyday life, but above all an “Economy of Fascination”. Thus, an important focus is on analyzing these mechanisms and the effect of staging and of an experience orientation, which constitutes the main analytical part of this presentation.

Guidelines for a research perspective called “Economy of Fascination” will be developed turning to Dubai, Las Vegas, and other examples to exemplify the approach. At the heart of this research perspective are attention-oriented approaches such as Bernhard Waldenfels’ “phenomenology of attention”, Georg Franck’s “economy of attention”, and theoretical considerations of “fascination” in the sense of a consumptive “enchantment”. The attention-oriented aspects will be extended by a semiotic perspective and a focus on the sign systems used and strategic meaning ascriptions. Within an overall semiotics of consumption the expansion of semiotics into non-linguistic areas, as inaugurated by Roland Barthes, Umberto Eco, and Algirdas Julien Greimas plays a crucial role for the analyses. Finally, under the aegis of action theory, the interests, goals, and strategies of the key protagonists will be investigated, as well as aspects of strategic collaborations and competition within tourist destinations. As such, the centrepiece of this research perspective is an analysis of the most important factors for the success of tourist destinations.

## **Le corps exotique**

*Jean-François Staszak*

Cette présentation propose de considérer le corps exotique comme une ressource touristique. Au croisement des postcolonial et des gender studies, il s'agit de montrer comment le corps de l'autre, féminin et indigène, est construit dans un registre érotique qui lui est propre. Entre barbarie et sauvagerie, le corps exotique est appréhendé comme plus sensuel et plus disponible, mais quelquefois plus indéterminé, suscitant un désir qui se manifeste dans l'imaginaire géographique occidental dès les "Grandes découvertes" et s'affirme fortement lors de la colonisation. L'institutionnalisation de la prostitution coloniale et la mise en scène érotique des indigènes dans la culture coloniale en constituent deux aspects notables.

Cette appréhension du corps exotique perdure au-delà de l'époque coloniale. Sur la base de l'exemple tahitien, on montrera comment l'imaginaire touristique continue à fonctionner sur l'érotisation de certaines destinations. On montrera aussi à quel point l'imaginaire du tourisme sexuel (en Asie de l'Est notamment) est porté par un système de représentations marqué par l'héritage colonial.

## **Le corps chinois sur la plage dans le tourisme intérieur en Chine**

*Benjamin Taunay*

Le tourisme intérieur chinois est un phénomène méconnu et pourtant massif, mobilisant plusieurs centaines de millions de touristes chinois qui chaque année partent à la découverte de la Chine continentale. Au sein de ce phénomène, les littoraux et la plage sont des espaces encore assez peu fréquentés, même si l'intérêt d'aller observer les marges du pays continent augmente avec le développement du tourisme intérieur; notamment grâce aux congés payés attribués en 1999.

Les rares auteurs qui se sont penchés sur ce phénomène, en particulier les anthropologues (Nyíri, 2006 et 2008; David, 2007), n'ont pas encore cherché à expliquer le rapport au corps qui se joue dans les pratiques sociales et spatiales sur les plages du pays. On sait par exemple que la civilisation chinoise magnifie la peau blanche en canon de beauté, aussi on peut se demander si les touristes chinois s'exposent au soleil sur la plage ? Si oui, quels sont les maillots de bain utilisés ? Laisserent-ils la place au bronzage ou bien couvrent-ils une grande partie du corps ? Les parents laissent-ils les enfants jouer sous le soleil ou bien les protègent-ils en les gardant sous de vastes parasols ? Y a-t-il des plages naturistes en Chine ?

La communication qui est proposée ici souhaite en partie répondre à ces questions dans l'optique de comprendre si le modèle chinois, au niveau du rapport au corps sur la plage, s'écarte des modèles déjà connus et peut être propose une nouvelle culture touristique ? Dans un certain sens, « le tourisme c'est un peu se mettre à nu » et les Chinois, lors de leurs séjours du hors-quotidien, hybrident peut-être ce que nous savons du rapport au corps, entre l'acquis civilisationnel de la peau blanche et des représentations venus de l'extérieur.

## **Places of postmodern sociality.**

*Karlheinz Wöhler*

For many tourists and scholars, 'far from home' is a geographically and culturally distant location. Being away from home (place of origin) and being among others can be seen as an anthropological condition of the quest for the other and others: To be a tourist as an archetypal of existence in postmodern times, as an existence of a continued movement of search that brings people from one place to another and drives them from one experience to the next while escaping their existential condition as an alien among aliens or rather as another among others temporarily for moments of "authenticity".

Being a tourist is thus not another way of "being-there" opposed to a familiar being at home; it is a spatial transport of being "as such" within a society. This diagnosis implies two points. (1) The difference between global mobilities (international tourism) and local mobilities (residential tourism) is neutralized in this movement of search. (2) Attention is paid to the back and forth between "crowds" and spatial as well as symbolic close relationships: In tourist places the movements of search temporarily come to a standstill. This leads to the question if and how this local spatial proximity has meaning and is relevant for sociality.

Tourism consumption generates a special spatial distribution of "third places" (not in the sense of Soja but in the sense of Ray Oldenburg) and by that geography of relationships –

direct encounters between the individual and the “mass production society”. Although these “third places” are places of socialization (Vergesellschaftung), they are accentuated in a different way. Far away from functional assignments, processes of collectivisation (Vergemeinschaftung) are esthetically experienced under a short-term neutralization of external realities, for example in a themed guided tour or hike, at the evening bingo in the hotel, at the “regular places” on the beach, at the après-ski or while doing gymnastic exercises. Part-time collective experiences and shared feelings form latent post-traditional communities: The nomadic existence leads to the next third place and to the next immersion in a collective experience ...