



HAL
open science

Le rêve et la pratique de l'Afrique: le touristique et le politique. Imaginaires, pratiques, enjeux et usages du tourisme en Tanzanie

Nicolas Hillaire

► **To cite this version:**

Nicolas Hillaire. Le rêve et la pratique de l'Afrique: le touristique et le politique. Imaginaires, pratiques, enjeux et usages du tourisme en Tanzanie. Science politique. 2016. dumas-01686080

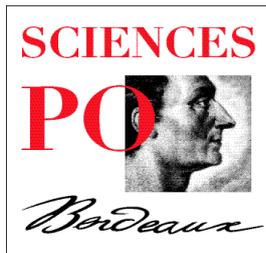
HAL Id: dumas-01686080

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-01686080>

Submitted on 17 Jan 2018

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



**Mémoire de recherche
pour le Master 2**

Mention : Affaires politiques et internationales

Parcours : « MIDAf » (Master interdisciplinaire Dynamiques africaines)

2015-2016

Le rêve et la pratique de l'Afrique : le touristique et le politique

**Imaginaires, pratiques, enjeux et usages du
tourisme en Tanzanie**

Nicolas HILLAIRE

Sous la direction de Mme Anne DOQUET

Anthropologue, Chargée de recherche à l'IRD

Membre de l'Institut des Mondes Africains (IMAF)

Membre associée à Les Afriques dans le Monde (LAM)

Sommaire

REMERCIEMENTS	4
RESUME – MOTS CLES	5
LISTE DES ACRONYMES	5
LISTE DES ILLUSTRATIONS	6
INTRODUCTION	8
<i>Le tourisme : les espoirs d'une industrie florissante</i>	9
<i>Le tourisme et le politique</i>	12
<i>Genèse et cadrage du sujet</i>	16
<i>Approche et méthodologie</i>	20
1^{ERE} PARTIE : LE TOURISME, LE TOURISTE ET LE TOURISTIQUE EN TANZANIE	26
Chapitre 1 : Le tourisme en Tanzanie	27
<i>Une brève sociohistoire du tourisme en Tanzanie</i>	28
<i>Enjeux contemporains</i>	32
Chapitre 2 : "Tourist or not tourist ?"	36
<i>Entre recherche et tourisme</i>	36
<i>A la recherche du touriste</i>	40
Chapitre 3 : La fabrique du touristique	44
<i>De l'imaginaire à la pratique touristique, aller-retour</i>	45
<i>"The soul of Africa" : promouvoir le territoire</i>	48

2^{EME} PARTIE : LES CORPS ET L'ESPRIT : LE TOURISTIQUE EN PRATIQUE	52
Chapitre 4 : Productions cinématographiques et imaginaire(s) : un cinétourisme en Tanzanie ?.....	53
<i>La force de l'image</i>	<i>54</i>
<i>Réappropriation des images</i>	<i>58</i>
Chapitre 5 : Un safari au jardin d'Eden ?	62
<i>Une Afrique sauvage et originelle.....</i>	<i>63</i>
<i>Pratiques de safari</i>	<i>65</i>
Chapitre 6 : Les Maasaï, des produits touristiques concurrencés ?	68
<i>Les Maasaï, une image touristique</i>	<i>69</i>
<i>Tourisme culturel en Tanzanie : "Visit the people!"</i>	<i>73</i>
3^{EME} PARTIE : LE TOURISTIQUE : UN LANGAGE DU POLITIQUE	77
Chapitre 7 : Usages politiques du discours touristique	79
<i>Politiques de conservation et contrôle des espaces</i>	<i>80</i>
<i>L'image touristique maasaï : une ressource politique ?</i>	<i>82</i>
Chapitre 8 : L'écriture touristique de la nation.....	85
<i>Le touristique et les symboles politiques.....</i>	<i>85</i>
<i>Uhuru na umoja : l'écriture des identités nationales.. ..</i>	<i>87</i>
Chapitre 9 : Rente touristique et mondialisation	90
<i>Le tourisme comme rente, exercice de style</i>	<i>91</i>
<i>Le touristique dans le monde.....</i>	<i>93</i>
CONCLUSION.....	96
BIBLIOGRAPHIE	101
TABLE DES ANNEXES	110

Remerciements

Je tiens à remercier Didier Nativel de m'avoir laissé penser par moi-même dans la formulation du sujet de mon mémoire de Master 1, pour ses conseils de lecture, sa disponibilité, et son soutien pour le présent mémoire.

Je remercie les doctorantes du LAM. Mes pensées vont à Chloé Josse-Durand pour ses encouragements, ses relectures, ses conseils et ses contacts. A Sina Schlimmer pour avoir bien voulu m'expliquer les démarches administratives de la recherche en Tanzanie. Et à Cyrielle Maingraud-Martinaud, sans oublier Malik, pour m'avoir accueilli à Arusha, pour leur aide sur le terrain et pour l'intérêt porté à mon travail. Je n'oublie bien sûr pas mon camarade Régio Conrado, que je remercie pour ses relectures passionnées et ses compliments.

Je remercie l'IFRA-Nairobi pour m'avoir permis de financer mon terrain de recherche et mener à bien ce projet.

Merci à Anne Doquet d'avoir accepté de diriger mon mémoire malgré un emploi du temps chargé. Merci à Marie-Aude Fouéré d'avoir relu et critiqué mon projet de recherche, et à Christine Deslaurier pour m'avoir partagé son travail sur le tourisme en Tanzanie. Je remercie également les chercheuses et chercheurs du LAM pour leur accueil, aux séminaires et par-delà les murs de l'université.

Je remercie Emmanuelle Thomas et mon père de m'avoir rendu visite en Tanzanie, et pour m'avoir permis de mener une enquête que je n'aurais pas pu faire sans leur précieuse aide. Ce safari était bien plus qu'un terrain de recherche.

Merci à tous ceux qui ont bien voulu jouer le jeu des entretiens et des observations, et à ceux qui m'ont aidé à ouvrir certaines portes.

Et puisque ce mémoire clôt *a priori* mes études, je souhaiterais remercier tous ceux qui ont nourri ces merveilleuses années d'étudiant. Dire merci à ma famille pour avoir toujours accepté mes choix, et m'avoir soutenu moralement et matériellement. Je remercie particulièrement mes sœurs. Je remercie Aurélia pour son indéfectible présence, les relectures de nombreuses pages tout au long de ces années et ses précieux conseils d'ainée.

Enfin, il me faut remercier tous les amis qui m'ont entouré, à Paris, Bordeaux et ailleurs, sans qui ces années de vie étudiante n'auraient pas été si joyeuses.

Résumé – mots clés

Résumé :

Le tourisme est plus qu'une activité de loisir. Partie intégrante des sociétés contemporaines, il constitue un angle d'analyse intéressant pour l'étude des jeux de pouvoir à différentes échelles, du local au global. En proposant une réflexion sur la notion de *touristique*, ce travail explore, grâce à un travail de terrain dans le nord tanzanien, l'image d'une Afrique sauvage et naturelle, composée de cultures authentiques. Trouvant un écho dans la construction historique et coloniale du discours sur le continent, l'étude du touristique nous amène par une démarche interdisciplinaire à réfléchir sur les imaginaires, les pratiques, les enjeux et les usages du tourisme. Le touristique est ainsi considéré comme un langage du politique.

Mots clés :

Tourisme – Touristique - Tanzanie – Politique – Discours - Pratiques

Liste des acronymes

COSTECH	Commission for Science and Technology (of Tanzania)
CTP	Cultural Tourism Program
FMI	Fond Monétaire International
MNRT	Ministry of Natural Resources and Tourism
NBS	National Bureau of Statistics
NCA	Ngorongoro Conservation Area
NCAA	Ngorongoro Conservation Area Authority
ODD	Objectifs de Développement Durable
OMD	Objectifs du Millénaire pour le Développement
OMT	Organisation Mondiale du Tourisme
ONU	Organisation des Nations Unies
SNV	Netherlands Development Organisation
TANAPA	Tanzanian National Parks
TATO	Tanzanian Association of Tour Operators
TTB	Tanzanian Tourist Board
TTC	Tanzanian Tourist Corporation
UNESCO	United Nations Educational, Scientific, and Cultural Organization

Liste des illustrations

Figure 1 : Le Rêve - Henri Rousseau, 1910.....	8
Figure 2 : Circuit nord, Tanzanie.....	17
Figure 3 : Campagne de promotion TTB « The Soul of Africa ».....	49
Figure 4 : John Wayne Bar, <i>Hatari Lodge</i>	58
Figure 5 : Spectacle vivant du Roi Lion.....	60
Figure 6 : Représentation classique du guerrier maasaï.....	69
Figure 7 : Danse "de bienvenue" maasaï.....	71
Figure 8 : Avec les Hadza, scène de chasse.....	75
Figure 9 : Logo de la NCAA.....	82
Figure 10 : Blason de la République Unie de Tanzanie.....	86

Figure 1 : Le Rêve - Henri Rousseau, 1910



Introduction

Nous avons tous des images de l’Afrique gravées plus ou moins consciemment en nous. Pour certains, le continent africain reste celui de Joseph Conrad lorsqu’il se rend *Au cœur des ténèbres* (1899), longeant le fleuve Congo, découvrant la violence d’une colonisation prédatrice, l’exploitation effrénée des ressources naturelles et des populations, mettant à l’épreuve son corps dans un climat humide et hostile, où l’obscurité de la jungle laisse place à un imaginaire sombre et repoussant. Terre de dangers, terre de pauvreté, cette image nous est encore contemporaine, aidé notamment par les médias : guerres « ethniques » ou « tribales », famines, intégrisme ... Les titres ne manquent pas, bien que le discours tend aujourd’hui à évoluer vers celui d’une « Afrique numérique », d’une Afrique jeune et dynamique. Pour d’autres, de plus en plus nombreux, l’Afrique fait rêver : dunes infinies du Sahara, Dogons au pied de la falaise de Bandiagara, plages et cocotiers de l’océan indien, lions et guerriers maasaï au cœur de la savane, avec en arrière-plan le toit de l’Afrique. C’est ce dernier imaginaire qui est à la base de la réflexion de ce travail : l’imaginaire touristique.

La généralisation excessive du titre peut prêter à sourire, et les critiques pourraient s'en donner à cœur-joie. Apposer « Afrique » sur une étude portant en fait sur la Tanzanie relèverait-il du sens commun qui considère bien souvent l'Afrique comme un seul et même pays ? Ou plus finement, cela traduirait-il une stratégie éditoriale si souvent utilisée ? Il n'en est rien. Le choix du titre résulte d'un constat : en voyageant en Tanzanie, nous voyageons avant tout, physiquement mais surtout mentalement, *en Afrique*. En ce sens, le pays se fait le réceptacle de tout un imaginaire sur l'Afrique. Et c'est d'ailleurs une stratégie de promotion du pays dans la compétition touristique. Nous voici au cœur de notre sujet : comment l'imaginaire touristique, influencé par une certaine mémoire coloniale mais en perpétuel mouvement car en *circulation*, s'articule avec la patrimonialisation des espaces et des identités en Tanzanie ?

Accoler les termes de tourisme et de politique est par ailleurs marginal dans le champ des sciences politiques, alors même que l'industrie est aujourd'hui au cœur des stratégies de développement de nombreux pays. Nous commencerons donc par présenter les enjeux qui entourent le secteur touristique à une échelle globale, comme une invitation à l'étude du tourisme en sciences politiques. Nous nous emploierons ensuite à cadrer le sujet de cette recherche qui, partant de l'imaginaire touristique, nous amènera à parler d'histoire, d'environnement, d'identité, de pouvoir et de mondialisation.

Le tourisme : les espoirs d'une industrie florissante

En 2013, l'Organisation mondiale du tourisme (OMT) annonce que la barre du milliard d'arrivées touristiques internationales est franchie. En 2014, avec une croissance annuelle de 4,4%, un nouveau record est atteint avec 1,135 milliard de touristes internationaux. L'institution a de quoi se réjouir : le secteur est l'un des plus dynamiques au monde, avec une contribution directe de 3% au PIB mondial. Si l'on prend en compte les effets économiques indirects et induits du secteur, le pourcentage est de 10%. Le tourisme contribuerait par ailleurs à 1/12 emplois dans le monde, et les recettes de l'industrie ont culminé en 2014 à 937 milliards

d'euros¹. Dans cette success-story, l'Afrique ne se taille pas la part du lion, avec « seulement » 5% du marché mondial². En termes relatifs néanmoins, la croissance du tourisme suscite de nombreux espoirs : en 1990 l'Afrique n'accueillait que 6,7 millions de visiteurs³, 37 millions en 2003⁴, et 58 millions en 2014.

Une opportunité pour le développement ? C'est en tout cas le discours dominant depuis plusieurs années parmi les institutions internationales et les acteurs du tourisme. Il est intéressant de constater que le tourisme a longtemps été vu comme un phénomène destructeur des cultures et du patrimoine, qu'il s'agissait de conserver⁵. Suite à un travail théorique des institutions internationales, Banque Mondiale et UNESCO en tête, la dichotomie entre patrimoine et tourisme est peu à peu dépassée, notamment grâce au concept de tourisme culturel⁶. Aujourd'hui, le tourisme est vu comme un formidable levier de croissance et de développement par les principaux acteurs du secteur, l'OMT le considérant comme un « *moteur essentiel pour le progrès socioéconomique* »⁷. Le secrétaire général de l'OMT le décrit dans ces mots :

*« Tourism's continued progress and expansion represents an effective solution for many of the world's greatest challenges. Indeed, few sectors are as strategically positioned as tourism to contribute decisively to job creation, poverty alleviation, environmental protection and multicultural peace and understanding. »*⁸.

C'est dire le poids qui repose sur le tourisme : d'une activité de loisir auparavant destructrice, voyager devient une solution à la pauvreté, et une contribution à la paix mondiale. Considéré comme « *vital* » pour atteindre les Objectifs du

¹ UNWTO, « Annual Report », 2014, [En ligne : http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto_annual_report_2014.pdf].

² Voir Annexe 2

³ WORLD BANK, « Tourism in Africa: Harnessing Tourism for Growth and Improved Livelihoods », 2013, [En ligne : <http://www.worldbank.org/afr/tourism>].

⁴ WORLD BANK, AFRICA HOUSE et AFRICA TRAVEL ASSOCIATION, « The State of Tourism in Africa », 2010.

⁵ Conférence d'Anne DOQUET à l'Université de Bordeaux, « Croisements et tensions entre patrimoine et tourisme : des exemples maliens », 15 février 2016.

⁶ COUSIN, Saskia, « L'Unesco et la doctrine du tourisme culturel », *Civilisations. Revue internationale d'anthropologie et de sciences humaines*, décembre 2008, p. 41-56.

⁷ Site officiel de l'OMT, URL : <http://www2.unwto.org/fr/content/pourquoi-le-tourisme>

⁸ Taleb RIFAI, « Global challenges, global solutions », in UNWTO, « Annual Report », 2014, [En ligne : http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto_annual_report_2014.pdf], p. 2.

Millénaire pour le Développement (OMD, 2000-2015)⁹, le tourisme est tout aussi central dans les nouveaux Objectifs de Développement Durable (ODD, 2015-2030). L'ONU a d'ailleurs proclamé 2017 Année internationale du tourisme durable pour le développement¹⁰. A nouveaux objectifs, nouveau vocabulaire, et on s'y perd parfois : tourisme durable, tourisme responsable, écotourisme, tourisme équitable, tourisme solidaire, tourisme intégré, tourisme pro-pauvres ...

Commençons donc par nous demander pourquoi prête-t-on autant de vertus au tourisme. D'un point de vue économique, le développement du tourisme, s'il est bien géré, peut lancer un cycle vertueux grâce à une « véritable demande intérieure importée »¹¹. Pour la Banque Mondiale, « le principal avantage du tourisme est que les dépenses des touristes ont un effet catalyseur sur l'ensemble de l'économie, notamment sur la production et la création d'emplois »¹² ; on peut ici penser à l'hôtellerie-restauration et aux fournisseurs, aux transports, aux télécommunications, à l'artisanat, etc. D'un point de vue social, l'industrie est supposée être douce, dans le sens où le tourisme doit favoriser « la compréhension entre tous les peuples, de faire mieux connaître le riche héritage des différentes civilisations et de faire davantage apprécier les valeurs inhérentes aux différentes cultures, contribuant ainsi à renforcer la paix dans le monde »¹³. D'un point de vue politique, développer le tourisme suppose de la part de l'Etat d' « apporter une stabilité économique et sociale [...], fournir des infrastructures de base et de promouvoir le pays en termes de marketing et d'investissement »¹⁴, mais le développement du secteur suppose aussi de la part des populations un effort

⁹ Site officiel de l'OMT, « Le tourisme est vital pour atteindre les objectifs de développement dans le monde, affirmer les ministres du tourisme et les Nations-Unies », Communiqué de presse, 11 octobre 2011. URL : <http://media.unwto.org/fr/press-release/2011-10-13/le-tourisme-est-vital-pour-atteindre-les-objectifs-de-developpement-dans-le>

¹⁰ Site officiel de l'OMT, « Les Nations Unies proclament 2017 Année internationale du tourisme durable pour le développement », Communiqué de presse, 7 décembre 2015. URL : <http://media.unwto.org/fr/press-release/2015-12-10/les-nations-unies-proclament-2017-annee-internationale-du-tourisme-durable>

¹¹ NOWAK, Jean-Jacques et SAHLI, Mondher, « Le tourisme : un danger pour les pays en développement ? », *Secteur Privé & Développement*, n° 7, septembre 2010.

¹² WORLD BANK, « Tourism in Africa: Harnessing Tourism for Growth and Improved Livelihoods », 2013, [En ligne : <http://www.worldbank.org/afr/tourism>].

¹³ Site officiel de l'OMT, « Les Nations Unies proclament 2017 Année internationale du tourisme durable pour le développement », op cit.

¹⁴ WORLD BANK, « Tourism in Africa: Harnessing Tourism for Growth and Improved Livelihoods », 2013, [En ligne : <http://www.worldbank.org/afr/tourism>].

constant. En effet, les « *communautés locales doivent se montrer accueillantes envers les touristes, et doivent pour cela partager les bienfaits du tourisme* »¹⁵.

On le voit, le tourisme implique la société dans son ensemble et recouvre des enjeux économiques, sociaux et politiques majeurs : croissance, emplois, stabilité, gouvernance, partenariat public-privé, implication des populations, etc. De plus en plus central sur l'agenda politique international, l'étude de l'objet complexe qu'est le tourisme permet d'analyser les relations de pouvoir à plusieurs échelles et sous plusieurs angles. Nous ne plaidons pas ici pour une analyse sectorielle, mais pour considérer le tourisme comme un « fait social total ». Le tourisme n'est plus –s'il l'a déjà été– une activité de loisir annexe et marginale, mais est bien au cœur de nos sociétés contemporaines. Le tourisme est structurant, car producteur d'une mise en ordre du monde¹⁶.

Le tourisme et le politique

Le tourisme a longtemps été un objet délaissé des sciences sociales francophones, malgré des précurseurs comme Jean-Didier Urbain ou Michel Picard dont les travaux¹⁷, dès les années 1990, invitaient à reconsidérer le tourisme comme un phénomène sociologique d'importance. Si la prise en compte du tourisme dans l'agenda politique est sans conteste, son étude dans le champ académique reste timide ou cantonnée à l'entre soi. La multiplication des numéros de revue scientifique¹⁸ sur le sujet laisse cependant entrevoir une progressive légitimité dans certaines disciplines, notamment en économie, en géographie, en sociologie et en anthropologie. Parler des enjeux politiques du tourisme n'est désormais plus nouveau, bien que cela reste original et relativement récent. Les sciences politiques sont quant à elles restées muettes sur le sujet, bien que le tourisme soit vecteur de

¹⁵ Idem

¹⁶ FRANKLIN, Adrian, « The tourism ordering: Taking tourism more seriously as a globalising ordering », *Civilisations*, décembre 2008, p. 25-39.

¹⁷ URBAIN, Jean-Didier, *L'idiot du voyage. Histoires de touristes*, Payot & Rivages, 2002 (1^{ère} ed. 1991) ; PICARD, Michel, *Bali. Tourisme culturel et culture touristique*, Paris, Harmattan, 1992

¹⁸ Voir notamment le numéro des *Cahiers d'études africaines* intitulé « Tourismes. La quête de soi par la pratique des autres » paru en 2009, celui de la revue belge *Civilisations* « Tourisme. Mobilités et altérités contemporaines » (2008), et le dossier « Tourisme culturel, réseaux et recompositions sociales » paru en 2006 dans la revue *Autrepart*. Voir également, mais uniquement sur Internet, les numéros de la revue *Via@ Tourism Review* depuis 2012, le dossier « Géographies politiques du tourisme » dans la revue *L'espace politique* en 2016, ainsi que les nombreux articles sur le sujet sur le site Internet *Espacetemps.net*.

politique, à l'instar des OPNI (« objets politiques non-identifiés ») dont nous parle Denis-Constant Martin¹⁹. Nous souhaitons dans ce travail, à travers l'étude de l'imaginaire et des pratiques touristiques en Tanzanie, apporter avec humilité quelques éléments de réflexion sur les liens entre tourisme et politique.

Etudier le tourisme questionne tout d'abord le concept de mondialisation. Car ces voyageurs qui parcourent le monde véhiculent avec eux des capitaux, des imaginaires, des visions du monde, des pratiques et des normes. Celles-ci s'articulent –ou parfois se heurtent– avec les espaces touristiques dans les pays hôtes, et se recomposent lors du retour de voyage. Il ne s'agit ainsi pas de considérer la relation touristique comme unilatérale, bien qu'elle soit inégale. Le tourisme met en *circulation* des Hommes et des idées, et est en cela un objet heuristique pour penser l'extraversion des identités nationales, communautaires ou individuelles, leur réappropriation locale ou parfois leur recombinaison. En Tanzanie, étant donné la provenance de la grande majorité des touristes (Europe et Amérique du Nord)²⁰, cette étude nous amènera à toucher le thème plus global des relations « Nord/Sud », non comme une imposition des imaginaires et des pratiques par des touristes occidentaux sur un pays récepteur et passif (ce que Anne Doquet appelle la « *théorie de l'impact* »²¹), mais bien comme une *relation*, qui suppose un certain agencement des acteurs²² à différentes échelles et donc des relations de pouvoir. Il faut alors pour ce faire nuancer l'idée de mondialisation qui souvent laisse croire à l'universalité de la circulation, et souligner les liens entre local et global, et donc les phénomènes d'inclusion et d'exclusion qui lui sont liés ; certains anthropologues parlent ainsi de *glocalisation*²³.

Le tourisme participe également à l'idée de nationalisme. Car les imaginaires touristiques recoupent parfois les imaginaires nationaux, pouvant alimenter le récit national ou au contraire le changer. Ainsi, promouvoir et vendre son pays comme une destination touristique nécessite de créer un certain récit de la nation, où l'on y

¹⁹ Denis-Constant Martin (dir.), *Sur la piste des OPNI (Objets politiques non-identifiés)*, Karthala, 2002

²⁰ Voir Annexe 3

²¹ DOQUET, Anne, « La force de l'impact », *EspacesTemps.net*, 2010, (« Travaux »), [En ligne : <http://www.espacestems.net/articles/force-impact/>].

²² Sur le concept d'agency, voir GIDDENS, Anthony, *La Constitution de la société*, 1984.

définit des symboles et des icônes, qui permettent à la « communauté imaginée »²⁴ de faire sens, tant à l'extérieur qu'à l'intérieur des frontières nationales. Rappelons que le tourisme fût pendant la colonisation un « outil de propagande majeur de l'idéologie coloniale forgée par les puissances européennes »²⁵. La production d'images alimente un imaginaire sur le « folklore indigène », sur la nature sauvage, mais aussi sur les paysages et les territoires, légitimant ainsi la « mission civilisatrice » de la métropole, se regardant en miroir à travers les figures de l'altérité exposées en métropole. Aujourd'hui encore, la mise en tourisme des espaces, physiques et symboliques, et des identités demeure un puissant vecteur de « sélection d'idées et d'éléments représentatifs d'un pays »²⁶ par la patrimonialisation -officielle ou officieuse-, vue comme un « processus de mise en patrimoine d'éléments matériels ou immatériels sélectionnés – consciemment ou inconsciemment – car considérés comme hérités et devant être transmis »²⁷. Le tourisme devient un instrument pour alimenter le sentiment national en construisant des icônes, des symboles, des valeurs et des ressources en tant qu'identité nationale, célébrant, en l'imposant comme évidence, l'unité du pays et suscitant un sentiment d'appartenance.

On l'a dit, le tourisme est une histoire de circulation d'imaginaires, de normes, de revenus, mais avant tout une circulation des individus qui les portent. Ainsi, tout l'enjeu pour les Etats est de parvenir à la fois à attirer ces flux par une politique de promotion de la destination, et à contrôler ces mouvements pour créer un secteur gouvernable et contrôlé. En tourisme, c'est l'idée de « circuit touristique », qui délimite tant que faire se peut les mobilités touristiques en créant ou en magnifiant des « incontournables ». En Tanzanie, ces *must-see* sont le Parc national du

²³ Voir notamment, sur l'imaginaire et le tourisme en Tanzanie, SALAZAR, Noel B., *Envisioning Eden. Mobilizing Imaginaries in Tourism and Beyond*, vol. 31, Berghahn Books, 2010, (« New Directions in Anthropology »).

²⁴ ANDERSON, Benedict, *Imagined communities, Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*, 1983.

²⁵ BOUKHRIS, Linda et CHAPUIS, Amandine, « Circulations, espace et pouvoir - Penser le tourisme pour penser le politique », *L'Espace Politique*, avril 2016, [En ligne : <https://espacepolitique.revues.org/3707>].

²⁶ DOQUET, Anne et EVRARD, Olivier, « Introduction : Tourisme, mobilités et altérités contemporaines », *Civilisations*, 2008, [En ligne : <http://civilisations.revues.org/866>].

²⁷ GASCON, Julia, *Patrimoine mondial et compétition politique : l'extraversion comme logique d'adaptation, de projection et de résistance.*, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne, 2013, 142 p.

Serengeti, l'Aire de conservation du Ngorongoro, le Kilimandjaro et Zanzibar, auquel nous pouvons ajouter les Maasaï, véritables icônes touristiques de l'Afrique de l'est. Ces icônes touristiques participent à la construction d'un « système de territoires symboliques [...], issu de l'association de modèles d'espaces à des valeurs essentielles »²⁸. Il s'agit alors de maintenir ce lien entre ces espaces-valeurs et l'imaginaire touristique, afin que les touristes soient satisfaits de leur expérience. Lorsque l'imaginaire touristique se fonde sur une certaine idée de l'authenticité et sur le fantasme d'une nature sauvage et originelle, comme c'est le cas en Tanzanie²⁹, le maintien de ce « système de territoires symboliques » passe par un contrôle étroit des espaces, des mobilités (pastorales notamment) et des identités. La production du *naturel* et de l'*authentique* n'est pas une mince affaire, comme nous le verrons.

Le tourisme, ou plus précisément le *touristique*, vu non pas comme une activité mais comme une certaine vision du monde, « une façon d'appréhender et d'encoder/décoder le monde touristiquement »³⁰, est un objet chargé de politique. De l'imaginaire aux pratiques, de la patrimonialisation au contrôle des espaces et des images, le touristique nous parle de *pouvoir*, considéré dans une perspective wéberienne comme « toute chance de faire triompher, au sein d'une relation sociale, sa propre volonté, même contre des résistances ; peu importe sur quoi repose cette chance »³¹. La volonté désigne ici tout autant l'imaginaire et les images qui poussent les touristes à voyager que les *dispositifs*, pour reprendre un terme de Michel Foucault, mis en place pour traduire et ancrer ces mythes dans la réalité. Cette définition du pouvoir étant inscrite dans les relations sociales, elle nous permet par ailleurs de penser la domination en termes d'autorité, de légitimité et de résistances. C'est cette dynamique globale que nous souhaiterions étudier ici, en nous inscrivant dans la littérature et les problématiques évoquées, à partir du cas de la Tanzanie.

²⁸ URBAIN, Jean-Didier, *L'idiot du voyage. Histoires de touristes*, Payot & Rivages, 2002, p. 146.

²⁹ HILLAIRE, Nicolas, « Rêver l'Afrique. Le pouvoir de l'imaginaire. Etude des représentations touristiques de la Tanzanie sur l'espace cybernétique. », Mémoire de Master 1, *Sciences Po Bordeaux*, 2015. Disponible sur la plateforme *Academia.edu*

³⁰ DARBELLAY, Frédéric et STOCK, Mathis, « Penser le touristique : nouveau paradigme ou interdisciplinarité ? », *Espacetemps.net*, novembre 2012.

[En ligne : <http://www.espacestems.net/articles/penser-le-touristique-nouveau-paradigme-ou-interdisciplinarite/>].

³¹ WEBER, Max, *Economie et Société*, 1922.

Genèse et cadrage du sujet

La réflexion qui a donné naissance à ce mémoire de recherche vient d'un voyage en Tanzanie, au Malawi et en Zambie, en 2013-2014. Une réflexion qui nous –je voyageais alors avec un ami- a particulièrement intéressé car, ayant choisi d'atterrir en Tanzanie un peu par défaut, la situation au Mozambique étant alors instable, nous n'avions que peu de temps pour aiguïser notre curiosité sur les attractions que pouvait offrir le pays. L'idée ne nous déplaisait cependant pas, car nous avions tous les deux l'image d'une Afrique de l'est faite de savanes, de grands espaces, d'animaux sauvages, le tout entouré des trois plus grands lacs africains. Autrement dit, une destination plutôt attractive pour deux touristes qui cherchaient un peu d'aventure sur le mode du *road trip*. Une fois sur place, malgré notre désir d'aller au Serengeti, au Ngorongoro, ou de marcher sur les flancs du Kilimandjaro –désirs alimentés par les récits des touristes rencontrés sur la route-, nous nous rendîmes vite compte que ces attractions n'étaient pas dans notre budget, et nous continuâmes donc la route en nous disant que « *nous, au moins, on fait pas les circuits touristiques !* », que « *nous, au moins, on voit vraiment la Tanzanie !* », etc. Je dois avoir l'honnêteté de dire que nous dépensions tout de même 60\$ chacun pour un *walking safari* dans le parc national de Tarangire. Durant notre route, sur nos magnifiques motos chinoises, nous suscitons la curiosité des habitants et de certains touristes : « *Comment, vous voyagez ici sans aller dans les parcs nationaux ? Alors vous faites quoi ?* »³². Cette expérience m'a ainsi amené à me questionner sur l'articulation entre imaginaire et pratique touristique.

Il me semble qu'explicitier la genèse de la problématique sur laquelle je travaille désormais est important. Car toute recherche a dans une certaine mesure une trajectoire individuelle, et notamment dans les études africanistes -ou plus généralement d'« aires culturelles »- où certains chercheurs ont quelques fois du mal à avouer leur quête d'ailleurs -pour ne pas dire d'exotisme. C'est ainsi que cette recherche est née, en souhaitant analyser ma propre expérience de voyage,

³² Ceci n'est pas une citation, mais une traduction libre et probablement modifiée de ce que l'on pouvait entendre, et de ce dont je me souviens. Toutefois, l'idée est là.

mon propre imaginaire, et cette quête de lointain et de –quasi- inconnu. Cela m’a tout d’abord amené à questionner « *les images et les symboles qui emportent ce voyageur* », pour citer J-D Urbain³³, dans le cadre d’un « mini-mémoire » de Master 1³⁴ dirigé par M. Didier Nativel. En étudiant l’imaginaire et les représentations, « *ces signes et ces pratiques qui transforment des réalités mentales invisibles et subjectives en des réalités visibles objectives* »³⁵, ma réflexion s’est portée sur le « cadre des possibles » que crée l’imaginaire touristique, à partir d’une étude des représentations touristiques de la Tanzanie sur Internet. Ce travail entend continuer sur la même piste, en l’approfondissant grâce à une enquête de terrain de trois mois menée dans le nord de la Tanzanie (de mai à juillet 2016).

Mon choix s’est porté sur la Tanzanie dans un premier temps pour une raison très pratique : connaissant dans une certaine mesure –touristiquement- le pays, il m’était plus aisé de l’étudier. Les enjeux autour du tourisme tanzanien, premier secteur économique du pays en termes d’importation de devises et participant à hauteur de 13% au PIB national³⁶, m’ont incité à prolonger l’étude dans le cadre de ce mémoire de recherche. Par ailleurs, la problématique de l’imaginaire est particulièrement intéressante en Tanzanie, le pays cherchant à diversifier son offre touristique dans le but d’accroître le nombre de touristes, bien que le safari reste omniprésent dans l’offre touristique. C’est pourquoi mon terrain se limite au nord de la Tanzanie, dans la région d’Arusha, territoire ou point de départ

Figure 2 : Circuit nord, Tanzanie



Source : Noel B. Salazar, « A troubled past, a challenging present, and a promising future : Tanzania’s tourism development in perspective », *Tourism review international*, vol. 12, 2009.

³³ URBAIN, Jean-Didier, *L’idiot du voyage. Histoires de touristes*, Payot & Rivages, 2002.

³⁴ Master 1 MIDAF (Master interdisciplinaire et interuniversitaire Dynamiques africaines) dirigé par M. Dominique Darbon à *Sciences Po Bordeaux*, par M. Calas et Mme Thibaud à *l’Université Bordeaux Montaigne*, et par M. Fall à *l’Université Bordeaux Montesquieu*.

³⁵ GODELIER Maurice, « Imaginaire et symbolique », in MESURE Sylvie et SAVIDAN Patrick (dir), *Le dictionnaire des sciences humaines*, PUF, 2006.

³⁶ WORLD BANK, « Tourism in Africa: Harnessing Tourism for Growth and Improved Livelihoods », 2013, [En ligne : <http://www.worldbank.org/afr/tourism>].

du « circuit nord » (voir figure 2), qui rassemble les principales attractions touristiques du pays: le Serengeti, le Ngorongoro, les parcs nationaux de Tarangire, Manyara, le lac Natron, le Kilimandjaro, et, bien sûr, « Maasaiiland ». Ce circuit concentre 90% de la circulation touristique. Arusha étant la capitale touristique du pays, concentrant plus de 250 tours opérateurs enregistrés³⁷, la plupart des institutions gouvernementales ayant une antenne dans cette ville, il me semblait évident d'en faire mon camp de base pour mener mes recherches. Exclure Zanzibar de l'étude relève cependant d'un choix méthodologique : l'imaginaire de l'archipel est en effet éminemment différent de celui du continent, en se rapprochant davantage d'une certaine idée de l'orient, d'un tourisme balnéaire et d'un tourisme urbain. Un choix pratique également, trois mois de terrain nécessitant de focaliser sur une région particulière. Cela explique par ailleurs que le « circuit sud » et le « circuit ouest » ne soit pas inclus dans ce travail. Nous nous autorisons cependant à généraliser le propos au-delà de la seule région d'Arusha, puisque celle-ci attire la grande majorité des flux touristiques nationaux, et précisément car « *le nord représente pour beaucoup la quintessence de l'Afrique* »³⁸.

C'est bien ce qui nous intéresse ici : l'articulation de l'imaginaire touristique avec les pratiques touristiques. Nous souhaitons donc montrer, à partir des imaginaires et des représentations qui souvent se cristallisent sur les supports marketing, quels sont les dispositifs mis en place, passant par le mode discursif comme par le contrôle des espaces, pour permettre la réalisation de l'« *expérience touristique* »³⁹. A partir de cela, nous proposerons une analyse du tourisme comme langage politique, en termes de domination comme de résistances.

Le tourisme est un objet complexe, puisqu'il implique l'individu et la société dans leur globalité, mais aussi car il est difficile, voire impossible, de définir ce qu'est un touriste. L'affaire est somme toute conjoncturelle, bien que les institutions internationales se démènent à en trouver une définition officielle. Cela sans compter les usages discursifs du terme et les préconceptions populairement

³⁷ Liste complète disponible sur le site officiel du Ministère des Ressources Naturelles et du Tourisme. URL : <http://www.mnrt.go.tz/stakeholders/category/tour-operators>

³⁸ LONELY PLANET, *Tanzanie et Zanzibar*, En Voyage Éditions, 3^e éd., 2015, p. 160.

³⁹ DECROLY, Jean-Michel (dir.), *Le tourisme comme expérience. Regards interdisciplinaires sur le vécu touristique*, Presses de l'Université du Québec, Québec, 2015.

répandues selon lesquelles le touriste, consommateur massifié qui « *terrorise la population* »⁴⁰, est nocif à la société qu'il entend visiter. La trajectoire historique du tourisme en Tanzanie ainsi que les enjeux contemporains du secteur [Chapitre 1] nous amènerons à revenir sur ces débats et ces définitions [Chapitre 2]. Nous nous demanderons si l'imaginaire touristique impose aux différents acteurs impliqués des dispositifs particuliers afin de satisfaire la demande touristique, ou si les politiques menées pour diversifier les activités et les circuits touristiques parviennent à modifier l'image globale de la destination. Dans cette tension entre offre et demande touristique, qui nous fait penser à l'histoire de l'œuf et la poule, nous verrons que l'imaginaire touristique est une notion complexe à étudier et difficile à saisir [Chapitre 3]. Nous relevons cependant le défi dans la deuxième partie de ce travail, en nous concentrant sur l'imaginaire diffusé par les productions cinématographiques et son articulation avec le monde du tourisme en Tanzanie [Chapitre 4]. En définissant un support particulier de l'imaginaire, nous introduirons ainsi les traits principaux de l'imaginaire d'une certaine Afrique, celle des lions, des safaris et des « tribus authentiques », pour voir l'usage qu'en font les acteurs du tourisme. Cette articulation entre imaginaire et pratique sera ensuite complétée par une étude des pratiques touristiques, entre pratiques de safari [Chapitre 5] et tourisme culturel [Chapitre 6]. Cette enquête de terrain servira de support pour proposer dans une troisième partie une interprétation des discours et des dispositifs touristiques comme des instruments de légitimation, de contrôle et de résistance ; en d'autres termes, de domination politique. Nous le ferons en analysant les usages politiques du touristique, notamment en relation avec les politiques de conservation et de gestion symbolique et matérielle des territoires [Chapitre 7]. Nous questionnerons également la production touristique de symboles politiques, pour voir dans quelle mesure le touristique constitue à la fois une opportunité de résistance identitaire et une formulation du mythe de l'Etat et du récit de la nation tanzanienne [Chapitre 8]. Dans un dernier chapitre, nous proposerons une définition du touristique comme rente pour voir que cette approche du tourisme permet de réfléchir sur la production des « lieux de la

⁴⁰ PAQUOT, Thierry, *Le voyage contre le tourisme*, Rhizome, Paris, 2014, (« Eterotopia France »).

mondialisation »⁴¹ et sur les enjeux géopolitiques que cette dynamique est susceptible de générer [Chapitre 9].

Approche et méthodologie

Ce travail entend valider un Master « Dynamiques africaines » ; il convient donc de positionner ce mémoire par rapport aux études africanistes, qui ne se sont que peu, voire pas du tout, intéressées au tourisme. Les problématiques liées aux mises en tourisme des espaces et des identités, si elles varient selon les contextes, peuvent être posées partout, aux « Suds » comme aux « Nords », en Afrique comme ailleurs. En étudiant le touristique en Tanzanie, nous espérons donc intéresser à la fois les étudiants et universitaires travaillant dans le champ des *tourism studies*, les africanistes s'intéressant aux différents supports du politique, et les politistes de manière plus large. Car étudier l'imaginaire touristique, son articulation avec les pratiques et ses réappropriations, c'est étudier les Afriques dans la mondialisation, pour être fidèle à la tradition de recherche du laboratoire (*Les Afriques dans le Monde*) sur lequel mon master s'appuie. Ainsi, loin de structurer notre pensée autour d'une supposée spécificité africaine, nous pensons que le touristique est un objet d'étude propre à participer au décloisonnement des études d'« aire culturelle ». Pour réagir aux propos de MM. Christian Coulon et Richard Banégas qui se demandaient respectivement, à presque 20 ans d'intervalle, si « *L'exotisme peut-il être banal ?* »⁴² et si « *L'exotisme est-il devenu banal ?* »⁴³, nous répondons que l'exotisme africain, dans le monde du tourisme, est tout aussi banal que le romantisme français ou que la spiritualité indienne, ces attributs touristiques révélant la tension et la complémentarité entre *différenciation* (particularités) et *inscription* dans un tout plus large (mondialisation).

Ce mémoire adopte une démarche résolument interdisciplinaire, ce qui tient tout d'abord à ma formation académique, interdisciplinaire et interuniversitaire. Une

⁴¹ « Denis Retaillé, *Les Lieux de la mondialisation* », *Annales de géographie*, vol. 693 / 5, 2013, p. 572.

⁴² COULON, Christian, « L'exotisme peut-il être banal ? L'expérience de Politique africaine », in *Politique africaine*, n°65, 1997, pp 77-95

⁴³ BANEGAS, Richard, « Etudes africaines : l'exotisme est-il devenu banal ? Décentrement du regard, comparatisme et doxa disciplinaire », Les dossiers du CERI [En ligne : http://www.sciencespo.fr/ceri/fr/content/dossiersduceri/etudes-africaines-l-exotisme-est-il-devenu-banal-decentration-du-regard-comparatisme-et-doxa#footnote2_eyJc5am]. Consulté le 6 juillet 2016.

approche à qui l'on pourra reprocher d'apporter quelques imprécisions conceptuelles et certaines lacunes de connaissance et de méthodologie spécialisées. Mais nous défendons ici l'interdisciplinarité, notamment dans l'étude du touristique. On l'a dit, le tourisme est un objet complexe, transversal et multidimensionnel. Ainsi, différentes disciplines scientifiques ont étudié les problématiques touristiques qui intéressaient leur champ d'étude particulier, créant ainsi une multitude de savoirs sur la question. Mais ceux-ci restent bien souvent juxtaposés, caractéristique de la *pluridisciplinarité*, leur articulation étant rendu difficile par la laborieuse ouverture disciplinaire. Au contraire, l'*interdisciplinarité* entend articuler les connaissances acquises pour en livrer une analyse, sinon plus fine, du moins davantage révélatrice des multiples enjeux du phénomène. Comme le disent bien F. Darbellay et M. Stock,

« L'interdisciplinarité se positionne dans une dynamique dialectique avec les disciplines institutionnalisées, elle oscille constamment entre la nécessité de prendre en compte les acquis et compétences disciplinaires existantes, et le besoin de dépassement de ces mêmes cloisonnements disciplinaires, pour co-construire de nouveaux processus de recherche au-delà des disciplines et irréductibles à celles-ci dans l'étude de la complexité du touristique. »⁴⁴.

Les méthodes d'enquête de terrain que nous avons utilisé s'inspirent fortement de l'approche anthropologique. Les données et le matériel récoltés l'ont été essentiellement par des entretiens semi-directifs complétés de nombreuses discussions informelles, d'observations -participantes ou non-, et d'analyse des supports de marketing touristique, matériels et immatériels. Au total, 15 entretiens ont pu être réalisés⁴⁵, avec des employés ou des responsables de diverses institutions du tourisme (publiques, parapubliques ou privées), des guides touristiques, ou encore des directeurs de lodge (hôtels). Les entretiens semi-directifs que j'ai mené ont pour certains été enregistrés, pour d'autres non, m'essayant à plusieurs techniques et me heurtant aux différentes limites de ces

⁴⁴ DARBELLAY, Frédéric et STOCK, Mathis, « Penser le touristique : nouveau paradigme ou interdisciplinarité ? », *Revue électronique des sciences humaines et sociales*, novembre 2012, [En ligne : <http://www.espacestems.net/articles/penser-le-touristique-nouveau-paradigme-ou-interdisciplinarite/>].

⁴⁵ Voir la liste des entretiens en Annexe 1

méthodes. La plupart ont néanmoins été en partie enregistré, en partie non-enregistré, appelant ainsi un changement de ton ... Cela m'a quelques fois mené à collecter des discours bien différents, et parfois contradictoires. Une fois seulement, mon interlocuteur m'a de lui-même prié de poser mes dernières questions pour continuer la discussion « *out of record* »⁴⁶, comme fatigué de devoir garder la langue de bois de rigueur. Les « entretiens » réalisés avec les touristes l'ont été de manière informelle⁴⁷, au gré des rencontres⁴⁸, des situations et des lieux de la discussion. Les discussions informelles, si elles ont des limites méthodologiques évidentes, ont été pour moi intéressantes dans la mesure où elles permettent de mettre à l'aise son ou ses interlocuteur(s) pour révéler progressivement l'imaginaire mobilisé, la manière d'appréhender les espaces et les identités, ainsi que les pratiques de voyage. Mettre à l'aise et *se mettre à l'aise* également, car le mode de la discussion permet aussi de réfléchir sur sa propre expérience, son propre imaginaire, pour le mettre en perspective. Tout au long de ce terrain de recherche, j'ai en effet tenté de faire un effort constant pour m'intégrer à part entière dans mon enquête. La frontière entre recherche et tourisme étant mince⁴⁹, notamment dans mon cas, je deviens en quelque sorte mon propre informateur. Pour rassurer les lecteurs, ceci n'est pas un comportement schizophrénique ; cela me permet d'essayer de mieux comprendre certains dispositifs du tourisme qui aspirent à toucher directement les sens de l'individu, ses émotions et sa sensibilité -socialement construites. Pour les éprouver, l'étudiant-chercheur que je suis doit, notamment, participer aux circuits touristiques populaires, ce qui ne va pas sans poser problème.

Un premier problème qui se pose immédiatement lorsque l'on veut participer aux circuits touristiques, qui nécessitent bien souvent d'entrer dans les parcs nationaux, donc avec un véhicule tout-terrain et les prestations d'un guide, c'est le prix. Mon budget ne me permettant pas de financer pareille chose, j'ai été ravi –et pas que pour mon mémoire...- lorsque mon père et sa compagne, profitant de ma présence

⁴⁶ Entretien avec un manager de la NCAA, réalisé à Arusha le 22 juin 2016.

⁴⁷ Ce qui explique leur absence dans l'Annexe 1

⁴⁸ Notons ici qu'il n'est pas si facile de rencontrer des touristes en Tanzanie, contrairement à ce que l'on pourrait penser, tant les voyages organisés sont répandus, ce qui limite l'opportunité de discussion au temps passé hors du véhicule de safari. D'autant que la haute saison touristique n'a commencé qu'en juillet, c'est-à-dire pour les dernières semaines de mon enquête ...

⁴⁹ Comme nous le verrons dans le Chapitre 1

en Tanzanie pour réaliser leur « *voyage de non-noces* », m'annonçaient qu'ils m'offraient ma place pour les accompagner dans un safari de 5 jours. Une intervention miraculeuse sans laquelle j'aurais probablement dû raccourcir mon terrain, faute de fonds suffisants. Une enquête particulière vu la proximité familiale, qui me posa initialement quelques états d'âme scientifiques. Mais l'expérience s'avéra très intéressante, notamment car j'étais conscient du type de profil auquel le guide devait s'adapter, que j'ai pu avoir accès à l'avant, au pendant, et à l'après voyage, et que je connaissais les rêves et les idées qui devaient les emporter me rejoindre en Tanzanie. Au-delà de ce safari au parc national du Serengeti, dans la zone de conservation du Ngorongoro et au parc national de Manyara, je me suis fait moi-même guide, en quelque sorte, en conduisant et en accompagnant des touristes anglais rencontrés à Arusha pour un safari au parc national d'Arusha. J'ai également pu participer à quelques excursions d'une journée en me greffant à des groupes dans le cadre de circuits culturels. Notamment, à Mto wa Mbu, ville située entre la NCA et Arusha, à une excursion d'une demi-journée en vélo avec un couple de Français pour un tour culturel de la ville et de ses environs. A Ghorofani, non loin du lac Eyasi au sud de la NCA, j'ai rejoint un groupe de Belges et d'Anglais pour « visiter » les Hadzabe, considérés comme les derniers chasseurs cueilleurs du pays. Des expériences qui m'ont amené à jouer sur ma position, entre étudiant-chercheur et touriste. Comme le note Nadège Chabloz : « *Le fait d'endosser alternativement les rôles de chercheur et de touriste à travers le regard de l'autre m'a incitée en tant qu'observateur à faire moi-même partie de mon observation, ce qui peut représenter la meilleure manière de pratiquer 'l'observation participante'* »⁵⁰.

J'ai pu me rendre à un des deux principaux salons du tourisme en Tanzanie, le KILIFAIR (3-5 mai 2016), avec un agent marketing de l'agence d'Arusha de la Tanzanian Tourist Board (TTB) venu m'accompagner sur la demande du manager de l'agence à qui j'avais exposé mon travail, mes intentions de recherche lors du salon, ainsi que mon permis de recherche délivré par le COSTECH (Commission for Science and Technology). Cela fût très bénéfique dans la mesure où tous les

⁵⁰ CHABLOZ, Nadège, « L'étude de la rencontre touristique en "terrains" africains », *EspaceTemps.net*, avril 2010, (« Travaux »), [En ligne : <http://www.espacetemps.net/articles/etude-rencontre-terrain/>]

acteurs (publics et privés) du secteur tanzanien et est-africains étaient réunis, ce qui en faisait une arène idéale pour l'observation de la promotion touristique, ainsi que pour être introduit à plusieurs institutions comme la Ngorongoro Conservation Area Authority (NCAA), la TANAPA (Tanzanian National Parks), etc. Beaucoup d'entretiens ont pu être menés durant ces trois intenses journées de « networking », bien que certains se soient révélés inconsistants pour ma recherche. Ma présence m'a également permis d'assister aux spectacles donnés tous les jours sur la scène principale du salon, où s'y jouaient danses traditionnelles maasaï, spectacles vivants du *Roi Lion* et autres animations. La participation aux séminaires organisés, regroupant des thématiques diverses et des intervenants variés, m'a particulièrement intéressé, notamment les séminaires des offices de tourisme kenyan, ougandais et rwandais, me permettant de comprendre les stratégies nationales de différenciation touristique en Afrique de l'est.

Ce travail de recherche a, bien sûr, des limites. La première limite, dont je me suis rendu compte un peu tard grâce à une discussion avec ma colocatrice doctorante, tient à la définition même de mon objet de recherche. Plus précisément à sa non-définition. Car si j'étais plutôt satisfait de la construction de mon sujet, celui-ci ne comporte en fait pas d'objet délimité où focaliser son attention. Il est vrai que l'imaginaire est diffus, mais tenter de cerner un support est difficile tant ses ramifications sont nombreuses. C'est notamment pour cela que j'ai choisi de dédier un chapitre aux productions cinématographiques et à leurs réappropriations touristiques. J'ai aussi, sur le moment, pensé à remanier complètement mon travail de sorte qu'un objet soit clairement défini, mais l'idée a été abandonnée, le temps fuyant... Qu'importe, nous prenons le pari que « balayer large » permet d'avoir une vision plus globale, permettant de dégager des pistes et des objets de recherche plus précis dans le cadre d'une éventuelle future thèse. Espérons que le pari soit gagné... Une seconde limite à ce mémoire tient à la langue. Malgré mon sérieux dans les premiers temps dans l'apprentissage du swahili, me permettant de maîtriser les bases de communication, trois mois ne sont pas suffisants... Il eût pourtant été très intéressant de parler swahili, pour comprendre les interactions entre les guides des différents groupes se croisant sur la route, entre guides et

« visités » des circuits culturels, mais aussi afin de pouvoir questionner les habitants d'un pays où l'anglais n'est pas communément parlé. Toujours à propos de langage, il est à souligner que tous mes échanges –ou presque- se sont déroulés en anglais, langue que ni moi ni la plupart de mes interlocuteurs ne maîtrisons parfaitement, ce qui a pu donner lieu à des incompréhensions mutuelles, des malentendus, ou plus généralement à des imprécisions de vocabulaire. La troisième limite est liée à la seconde. Il s'agit de l'étude des « marchés secondaires » (touristes asiatiques principalement), du tourisme régional (Kenyan, Ougandais ou Rwandais) ou du tourisme domestique, que je n'ai pu mener à bien. Il serait très intéressant de voir et de comprendre comment ces touristes-là pratiquent leur tourisme, s'il diffère ou s'il se ressemble. Mais mon étude se limite de fait aux voyageurs européens et américains, largement majoritaires. La quatrième limite relève de mon parcours universitaire qui, sans vouloir jeter la pierre à mes professeurs, est restée largement théorique. Ainsi, j'ai pu me rendre compte de mes lacunes en techniques d'enquête durant mon terrain, notamment par rapport aux entretiens, à leur retranscription, à la présentation de soi ou aux notes de terrain. Lacunes d'autant plus soulignées par le fait que je vivais avec une doctorante en anthropologie très appliquée dans son journal de bord. Mes enquêtes pouvaient ainsi manquer quelques fois d'assurance, découvrant alors ce que pouvait être la position ambiguë du chercheur.

Malgré ces limites, nous espérons que les données récoltées et observées, ainsi que leurs analyses, nourriront la curiosité et l'intérêt des lecteurs qui ont probablement déjà été, ne serait-ce que par procuration, touriste en Afrique ...

1^{ère} Partie

Le tourisme, le touriste, et le touristique en Tanzanie

Le tourisme, le touriste, et le touristique : trois notions, inévitablement imbriquées les unes aux autres, qui peuvent nous permettre de mieux cerner ce qu'est l'imaginaire. Les enjeux contemporains du tourisme en Tanzanie sont ancrés dans la trajectoire historique du secteur, dont les origines coloniales et les continuités postcoloniales ont en partie défini ce que devait être le tourisme. Une problématique en amène une autre : si le tourisme est une *activité*, cela doit nous amener à réfléchir sur la figure de celui qui la pratique, le touriste. En revenant sur notre propre positionnement entre recherche et tourisme, nous tenterons de remettre en question les définitions classiques du tourisme. Davantage qu'une activité, le tourisme est une manière particulière de voir et de ressentir le monde, d'où l'usage que nous ferons du concept de *touristique*. Cet angle d'analyse nous amènera à expliciter la notion d'imaginaire et ses liens avec la pratique touristique, participant à la co-construction de l'identité touristique de la Tanzanie. L'imaginaire, en perpétuelle production et reproduction, devient alors un concept central pour aborder la fabrique du touristique.

Chapitre 1

Le tourisme en Tanzanie

« Je ne veux pas passer mes vacances à regarder les crocodiles. Cependant, je suis entièrement d'accord avec leur protection. Je crois qu'après les diamants et le sisal, les animaux sauvages seront une source majeure de revenu pour le Tanganyika. Des milliers d'Américains et d'Européens ont un besoin pressant de voir ces animaux. »

Julius Nyerere, Premier Président du Tanganyika puis de la République Unie de Tanzanie⁵¹.

Le tourisme en Afrique de l'est et en Tanzanie naît pendant la période coloniale, véhiculant des images fantasmées des espaces coloniaux vers les métropoles et entraînant des politiques coloniales de gestion des territoires et de l'environnement qui se nourrissent de cet imaginaire. Un détour historique nous permettra ici de voir en quoi la trajectoire du secteur touristique relève d'une continuité coloniale, malgré les débats que soulèvent les paradoxes de cette industrie extravertie sous la politique de l'*ujamaa* menée par Julius Nyerere. Après le tournant néolibéral sous la présidence d'Ali Hassan Mwinyi, le nouveau système d'acteurs doit toujours composer avec les constructions coloniales et post-coloniales de l'imaginaire touristique qui contraignent encore aujourd'hui les stratégies de promotion de la destination pour répondre aux enjeux contemporains du secteur.

⁵¹ Cité à partir de DASCON, Juhane, *Les acteurs paysans du tourisme au Kilimandjaro. Écriture filmique et écriture textuelle comme mode de compréhension des dynamiques géographiques en terre Chagga.*, Thèse de doctorat, Université Toulouse II - Le Mirail, 2009, p. 304.

Une brève sociohistoire du tourisme en Tanzanie

Malgré le manque cruel de littérature sur l'histoire du tourisme, en général et en particulier sur le tourisme en Tanzanie, nous pouvons dégager une trajectoire historique générale du secteur. Les prémises du tourisme remontent à la période coloniale, au début du 20^{ème} siècle. Il constituait alors en un tourisme de chasse pratiqué par des élites aristocratiques, à l'image de l'expédition de chasse menée par Théodore Roosevelt dans l'actuel Kenya en 1909, accompagné par le célèbre explorateur et chasseur Frederick Selous. Déjà à l'époque, le Kenya avait la préférence des touristes, en raison de meilleures infrastructures disponibles. Jusqu'à l'indépendance, le tourisme de chasse accompagna les premières lois de protection de l'environnement qui furent des lois de réglementation de la chasse. Attribuant des permis aux élites européennes à la recherche des *Big Five*⁵², ces lois criminalisent de fait les pratiques de chasse des populations locales, considérées comme sauvages et destructrices de l'environnement, par opposition à la chasse noble et civilisée des colons et touristes. Parallèlement, l'idée que la nature, sa faune et sa flore doivent être conservées par l'éviction de l'Homme, se développe tout au long de la première moitié du 20^{ème} siècle. Ce modèle de *fortress conservation*, sur le modèle du parc national de Yellowstone aux Etats-Unis, qui nécessite l'éviction de toute activité et présence humaine fait peu à peu son chemin en Afrique, notamment grâce à la multiplication des associations conservationnistes en Europe, en Grande-Bretagne notamment. Les parcs nationaux ainsi créés – le premier en Tanzanie étant celui du Serengeti en 1948 – sont le résultat d'une vision esthétique et esthétisante de la nature et des paysages, caractéristique, selon Georg Simmel, d'une philosophie moderne assez tardive :

*« La nature, qui dans son être et son sens profonds ignore tout de l'individualité, se trouve remaniée par le regard humain – qui la divise et recompose ensuite des unités particulières – en ces individualités qu'on baptise paysages. »*⁵³

⁵² Le terme de « Big Five », toujours utilisé aujourd'hui dans le cadre des safari photographiques, est un terme hérité des chasseurs coloniaux désignant les cinq « trophées » les plus difficiles à avoir : l'éléphant, le rhinocéros, le lion, le buffle et le léopard.

⁵³ SIMMEL, Georg, « Philosophie du paysage », in *La Tragédie de la culture et autres essais*, trad. S. Comille et P. Ivernel, Rivages, Paris et Marseille, 1988.

Nous soulignons ici cet aspect : la construction de cette nature-ci, supposée vierge et sauvage, résulte du regard que l'on pose et des choix que les sociétés font ; l'homme, en créant des frontières artificielles, participe à la construction de cette idée de nature.

Des choix qui n'ont pas été remis en cause aux indépendances, bien au contraire. En 1961, l'Union Internationale pour la Conservation de la Nature (UICN), créée trois ans plus tôt par le directeur de l'UNESCO Julian Huxley, soucieuse de plaider pour la continuité des politiques de conservation de l'environnement, organise une conférence internationale à Arusha. Contre toute attente, l'intervention de Julius Nyerere, alors Premier Ministre du Tanganyika, est un véritable « *manifeste africain en faveur de la protection de la faune, reprenant de manière systématique les points principaux développés par les conservationnistes, avec une faune sauvage présentée à la fois comme une valeur, une ressource, un bien pour les générations futures [...] et la nécessité d'une pérennisation d'une aide internationale consacrée à la conservation* »⁵⁴. Il déclare, dans ce qui est aujourd'hui connu sous le terme de « *manifeste d'Arusha* » :

« La survie de notre faune doit concerner l'ensemble des pays d'Afrique. Ces créatures sauvages, qui vivent dans des contrées tout aussi sauvages, ne sont pas seulement une source d'émerveillement et d'inspiration mais une composante essentielle de nos ressources naturelles et de notre avenir. »

Julius Nyerere, extrait du manifeste d'Arusha, 1961⁵⁵.

Il parvient même à faire changer d'avis le Président de Zambie, Kenneth Kaunda. Contre toute attente ... Car Julius Nyerere est le Président qui lors de la déclaration d'Arusha en 1967 lance les préceptes de la politique de l'*ujamaa*, que l'on considère souvent comme étant un « *socialisme africain* ». Cette politique consiste en une volonté de développement autocentré misant sur l'agriculture et visant à terme l'autosuffisance alimentaire, tout en prescrivant toute activité

⁵⁴ RODARY, Estienne et CASTELLANET, Christian, « Les trois temps de la conservation », in Estienne Rodary. , Christian Castellanet. , Georges Rossy. *Conservation de la nature et développement : l'intégration impossible ?*, GRET-Karthala, 2003, p. 6-43.

dépendante de l'étranger. Les contradictions sont profondes avec le développement d'un secteur touristique dépendant exclusivement de l'arrivée des touristes internationaux⁵⁶. La volonté étatique de développer le tourisme est cependant présente, malgré les débats qui agitent les sphères politiques et intellectuelles sur la compatibilité entre politique de l'ujamaa et tourisme international⁵⁷. En dépit de cette schizophrénie théorique, est créée dès 1962 la Tanganyika National Tourist Board (qui deviendra Tanzanian Tourist Corporation [TTC] en 1969), et en 1964 le Ministry of Information and Tourism. En 1965, un bureau du Tourism Board est ouvert à Londres pour promouvoir la destination tanzanienne. En effet, et ce jusqu'à 1993, les entités publiques de la TTC sont détachées dans les pays émetteurs de touristes afin de promouvoir le pays touristiquement. En Tanzanie, l'Etat construit de nouveaux hôtels dans les villes et dans les parcs nationaux. Les parcs nationaux se multiplient, conformément à la déclaration de 1961. On peut ici légitimement se demander s'il s'agit d'une contradiction avec la politique de l'ujamaa en considérant que cette politique de conservation forteresse s'adresse à une demande touristique internationale, ou si la création de parcs nationaux, avec les mouvements de population qu'elle suppose, n'est pas au contraire en adéquation avec le projet de villagisation de Nyerere. Le nombre de touristes augmente régulièrement pendant les 15 premières années d'indépendance, notamment grâce à l'ouverture du Kilimandjaro International Airport situé entre Arusha et Moshi (ville située au pied du Mont Kilimandjaro). Notons que le safari photographique (*game viewing*) se développe peu en Tanzanie, contrairement au Kenya, et le segment sélectif et élitiste de la chasse sportive (*game hunting*) reste la principale activité touristique⁵⁸, permettant des revenus importants avec peu d'arrivées touristiques. Mais à la fin de la décennie 1970 et jusqu'à la fin de la présidence Nyerere en 1985, la crise économique qui frappe le pays inverse le

⁵⁵ Citation tirée du site officiel de la TANAPA.

URL : http://www.tanzaniaparks.com/fr/corporate_information.html

⁵⁶ DASCÓN, Juhane, *Les acteurs paysans du tourisme au Kilimandjaro. Écriture filmique et écriture textuelle comme mode de compréhension des dynamiques géographiques en terre Chagga.*, Thèse de doctorat, Université Toulouse II - Le Mirail, 2009.

⁵⁷ Idem

⁵⁸ DESLAURIERS, Christine, « Patrimoines en mondialisation : tourisme durable et réduction de la pauvreté en Tanzanie », Projet de recherche IRD, 2009 (non publié).

processus, d'autant plus que la fermeture de la frontière avec le Kenya en 1977 prive le pays de nombreuses arrivées.

En 1985, Julius Nyerere se retire de la vie politique en reconnaissant l'échec économique de sa politique. Ali Hassan Mwinyi, Président de Zanzibar jusqu'alors, prend sa succession et libéralise l'économie pour répondre aux plans d'ajustement structurel (PAS) du Fonds monétaire international (FMI). En 1990, le National Investment Act libéralise les investissements internationaux, et nombreux sont les investisseurs conscients du potentiel touristique de la Tanzanie qui se lancent dans l'aventure en bénéficiant des conditions avantageuses proposées : exemption de droits de douanes, liberté de rapatrier les bénéfices, etc. L'Etat vend également à des groupes privés les hôtels qu'il détenait. En 1993, la TTC est remplacée par la TTB, institution parapublique chargée de promouvoir la destination. Les antennes étatiques tanzaniennes à l'étranger ferment, la place étant laissée aux tours opérateurs privés, désormais libres de vendre la destination eux-mêmes. La stratégie de développement du secteur touristique se précise. En 1996, le Tourism master plan préconise de focaliser les investissements sur le circuit nord, au fort potentiel, en particulier en développant les infrastructures routières pour faciliter les déplacements, tout en développant le tourisme balnéaire jusqu'ici négligé. La Tanzanie prend également acte des risques écologiques d'un tourisme de masse comme il se pratique au Kenya, et entend limiter le nombre d'arrivées touristiques par le maintien d'un prix d'entrée élevé dans les parcs nationaux en misant sur un tourisme de luxe. Un tourisme qui bascule néanmoins du segment de la chasse à celui plus large du safari photographique, tentant de rattraper le retard pris sur le Kenya. En 2002, un nouveau Tourism master plan réaffirme la place du privé dans le développement du secteur.

Cette trajectoire historique du tourisme en Tanzanie, d'abord étroitement contrôlé et financé par l'Etat jusqu'à sa libéralisation, permet de mieux comprendre les enjeux contemporains et les défis que soulèvent les stratégies politiques concernant le tourisme.

Enjeux contemporains

Le tourisme est devenu aujourd'hui en Tanzanie le premier secteur de l'économie nationale, avec un revenu annuel de 2 milliards US\$. Avec une croissance continue du nombre d'arrivées internationales, notamment due aux problèmes d'insécurité au Kenya voisin, le pays attire environ 1,1 million de touristes chaque année. Les acteurs du tourisme et en particulier le gouvernement est confiant quant aux perspectives du secteur puisque la Tanzanian Tourist Board table sur 3 millions d'arrivées dès 2018⁵⁹. Les principaux pays émetteurs de touristes en Tanzanie continentale (ce qui nous intéresse ici) sont : les Etats-Unis (18,4%), le Royaume-Uni (14,2%), la France (6,2%), l'Allemagne (5,9%), le Canada (3,8%) et l'Australie (3,7%)⁶⁰. On peut affirmer que le Tourism master plan qui a accompagné la libéralisation du secteur, préconisant le développement du circuit nord, a porté ses fruits : aujourd'hui, le circuit nord concerne 90% des touristes. Sans surprise, puisque le nord du pays rassemble les principaux parcs nationaux, dont les célèbres Serengeti et Ngorongoro, ainsi que le Kilimanjaro, véritables icônes de la destination :

« It's because those are the unique scenery that we have been using in years, the icons which have been promoting all over, it's because of the existing infrastructures in those areas, it's easy to sell. You have classic hotels, good infrastructures to reach those points. »

Executive manager de la TTB – 4 juin 2016.

Le safari, le *game-viewing*, reste l'activité touristique principale en Tanzanie, et il est difficile de ne pas s'en rendre compte tant le ballet des Toyota Land Cruiser couleur savane à Arusha et sur la route des parcs nationaux est impressionnant. Le pays peut en effet se vanter des 16 parcs nationaux qui ponctuent le territoire national sur une superficie de 57 024 km², gérés par la TANAPA, entité parapublique dont les principaux objectifs sont « *la préservation des écosystèmes et le développement du tourisme* »⁶¹. Notons ici que depuis les débuts du tourisme et en particulier depuis les indépendances, en accord avec le manifeste d'Arusha de

⁵⁹ Entretien avec l'executive manager de la TTB, réalisé à Moshi le 4 juin 2016.

⁶⁰ Voir Annexe 3.

⁶¹ Site officiel de la TANAPA : http://www.tanzaniaparks.com/fr/corporate_information.html

J. Nyerere, la « nature » est une ressource symbolique et économique qui est corps et âme liée au tourisme. Sans tourisme, pas de conservation. Sans conservation, pas de tourisme. Le maillage territorial de la conservation de l'environnement est complété par l'Aire de conservation du Ngorongoro (NCA) sur une superficie de 8 300 km², par 33 *Game Reserves* (104 013 km²), 43 *Game Controlled Areas* (96 865 km²), et 570 *Forest Reserves* (136 653 km²). Au total, 40% du territoire tanzanien est régi par des lois plus ou moins strictes de protection de l'environnement, du parc national aux autres types d'aires protégées.

Avec la volonté de tripler le nombre de touristes, le gouvernement, les agences d'aide internationale et les acteurs privés développent également une stratégie de diversification des activités touristiques. Il semble en effet que la hausse soudaine de la TVA de 18% sur les services touristiques voulue par le gouvernement du Président John Magufuli, qui a soulevé de fortes contestations parmi les tours opérateurs tanzaniens, confirme la volonté d'éviter un tourisme de masse, au moins concernant les visites des parcs nationaux⁶². Le tourisme culturel est central dans la volonté de diversification : un programme de la TTB, le Cultural Tourism Program (CTP), qui a été créé en collaboration avec l'agence de développement néerlandaise SNV, est chargé de coordonner les initiatives de tourisme culturel et de proposer des formations pour la gestion de celles-ci. Bien que certains programmes soient un succès, le tourisme culturel reste timide en Tanzanie et se limite bien souvent à un arrêt d'une demi-journée sur la route des parcs nationaux. Le développement du tourisme balnéaire est également un moyen de diversifier les activités et les circuits, car la majeure partie de la côte continentale est touristiquement non exploitée malgré un fort potentiel⁶³. Avec le soutien de la coopération française et de l'Union européenne, la cité médiévale de Kilwa (côte sud) fait notamment l'objet d'une promotion touristique et patrimoniale.

Malgré tous les discours sur les bienfaits du tourisme et les liens supposés avec la réduction de la pauvreté⁶⁴, une bonne part des revenus sont captés par les agences

⁶² MAYALLAH, Elisha, « Tanzania maintains VAT charge on tourism », East African Business Week, 26 juin 2016, [En ligne :

<http://www.busiweek.com/index1.php?Ctp=2&pI=5309&pLv=3&srI=57&spI=23&cI=19>].

⁶³ Entretien avec l'executive manager de la TTB, réalisé à Moshi le 4 juin 2016.

⁶⁴ DESLAURIERS, Christine, « Patrimoines en mondialisation : tourisme durable et réduction de la pauvreté en Tanzanie », Projet de recherche IRD, 2009 (non publié).

de voyage occidentales qui organisent les séjours directement depuis le pays de provenance et par les tours opérateurs dont les propriétaires étrangers rapatrient les capitaux. L'industrie du safari n'est également pas en reste avec l'évasion fiscale, de nombreuses compagnies, dont la puissante *Tanganyika Expeditions Ltd* (ou : *Mount Kilimandjaro Safari Club*)⁶⁵, étant impliquées dans le scandale des « Panama Papers »⁶⁶. La TTB ainsi que les tours opérateurs tanzaniens misent sur les nouvelles technologies, Internet en premier lieu notamment par le développement d'un portail dédié⁶⁷, pour tenter de capter ces revenus :

*« - Tourists often book their trips directly from their country, so a part of the revenues stay abroad ...
- There is a lot of money which remains in Europe, and to be come here.
- Is there a special policy to avoid it ?
- That's why we develop the portal, the Tanzania destination portal, will help local enterprises, to give them a platform to promote the activities. And also the portal will have an online booking platform, which will allow tourists to book directly to the services provided in Tanzania, and doing so you'll cut away the middle man. »*

Extrait d'entretien, Executive manager de la TTB, réalisé à Moshi le 4 juin 2016.

Par ailleurs, les acteurs s'accordent pour souligner l'importance du développement d'un tourisme domestique en Tanzanie. Si la TTB affirme que des efforts sont faits pour développer ce nouveau marché, les politiques concrètes semblent assez marginales⁶⁸. Il est vrai que l'on distribue des t-shirts aux Tanzaniens à l'entrée du parc national de Manyara ... Mais la difficulté principale tient au fait qu'il est aujourd'hui difficile de mesurer les flux touristiques nationaux :

« Domestic tourism is growing, but it's difficult to catch the figure of how many tourists are travelling because we don't have the datas available. [...] »

⁶⁵ Cette société est une des premières à avoir bénéficié de la libéralisation du tourisme en Tanzanie et détient aujourd'hui des parts de marché conséquentes du commerce de safari.

⁶⁶ FITZGIBBON, Will, « "Panama Papers" : ces safaris africains qui se terminent dans les paradis fiscaux », *Le Monde Afrique*, 25 juillet 2016, [En ligne : http://www.lemonde.fr/afrique/article/2016/07/25/panama-papers-ces-safaris-africains-qui-se-terminent-dans-les-paradis-fiscaux_4974510_3212.html].

⁶⁷ URL : <http://www.tanzaniatourism.com/fr>

So you see, there is a lot of people who go, let's say from Arusha to Moshi, and they stay overnight, but there's no counter, nobody's making any statistics to show tourists from Tanzania travel. There's a lot of people traveling from Moshi to Dar es Salaam, but they are not counted as tourists. The only statistics we have for local tourists is the number of local tourists who visit museums, national parks or visit the crater. For a person let's say to see a beach in Dar es Salaam, no statistic can be find. For somebody who come to Moshi and Marangu to see the place, they're not counted as tourists. They are trying to develop what they call Tourist Statistic Account, which might help to define the number of tourists. »

Executive manager de la TTB, Moshi, 4 juin 2016.

A partir de ce constat, nous pouvons élargir cette problématique à l'ensemble des touristes : qui est touriste et comment les compter ? Geoffrey Chambua⁶⁹ critique la construction des statistiques par le National Bureau of Statistics (NBS) utilisées par le Ministry of Natural Resources and Tourism (MNRT) pour légitimer la politique libérale menée, venant alimenter les thèses de Morten Jervens sur les statistiques africaines⁷⁰. Chambua argue en effet que sont comptabilisés comme *touristes* tous les *visiteurs*, qu'ils viennent pour le loisir, pour le business, pour une conférence, ou simplement pour raisons familiales. Une question légitime qui amène à nous demander encore une fois : qu'est-ce que le tourisme et qu'est-ce qu'un touriste ? A défaut de proposer une définition statistique du tourisme et des touristes, nous tenterons dans le chapitre suivant de comprendre ce qu'est le tourisme à travers celui qui le porte et qui développe une vision particulière du monde : le touriste.

⁶⁸ Discussion informelle sur le trajet du KILIFAIR, accompagné de membres de la TATO (Tanzanian Association of Tour operators) et d'un agent marketing de la TTB.

⁶⁹ CHAMBUA, Geoffrey, « Tourism and development in Tanzania : myths and realities », 2008, [En ligne : <http://www.iipt.org/africa2007/PDFs/GeoffreyChambua.pdf>].

⁷⁰ JERVENS, Mortens, *Poor Numbers. How we are misled by African development statistics and what to do about it*, Cornell University Press, 2013, 176 p.

Chapitre 2

« Tourist or not tourist? »⁷¹

« *Je hais les voyages et les explorateurs* »

Claude Lévi-Strauss, *Tristes Tropiques*, 1955.

Lorsque l'on entend étudier l'imaginaire et les pratiques touristiques, le premier obstacle auquel le chercheur se heurte est celui des définitions. Car si les institutions internationales retiennent une définition minimaliste du tourisme, alors considéré comme une activité économique avec le lot de « produits » et de « consommateurs » qu'elle suppose, le tourisme est pour nous une activité bien plus complexe que ne le laisserait supposer cette référence au marché. Ainsi, le tourisme ne peut se comprendre qu'à travers la figure du touriste, bien souvent dénigré à titre individuel pour ses pratiques bien qu'encensé à titre collectif pour les bienfaits dont il serait porteur. En questionnant la frontière entre recherche et tourisme à partir de notre positionnement personnel durant cette expérience de terrain et en rappelant que le touriste est un individu *intelligent* –au sens premier du terme, capable de décrypter le social –, nous définissons le tourisme comme un certain rapport au monde et privilégions ainsi le concept de *touristique*.

Entre recherche et tourisme

Comme évoqué dans l'introduction, chaque recherche est « *affectivement orientée : c'est-à-dire motivée par un sentiment premier, soit d'étonnement, d'émerveillement, d'indignation, de séduction profonde, soit de fusion-répulsion pour l'objet* »⁷². La mienne l'était à plusieurs titres : mener une expérience de terrain scientifique pour, entre autres, vivre un pays sous un autre jour, celui du quotidien -ce qui je crois est assez commun dans les motivations de l'expatriation :

⁷¹ Nous empruntons ce titre, voir URBAIN, Jean-Didier, *L'idiot du voyage. Histoires de touristes*, Payot & Rivages, 2002, p. 15.

⁷² AMIROU, Rachid, *L'imaginaire touristique*, CNRS Editions, 2012, p.9.

se sentir appartenir au quotidien. En d'autres termes, me détacher de mon habituelle connaissance touristique des lieux, précisément en désignant celle-ci comme sujet de ma recherche.

Après ma licence, la passion du voyage m'a pris, comme un rite initiatique, avec tous les bagages littéraires et culturels me poussant dans ce projet, en emportant dans mon sac à dos *L'usage du monde* de Nicolas Bouvier, *Moby Dick* de Melville, les œuvres de Jules Verne, etc. A un premier voyage en Asie du Sud-Est et du Sud a succédé une deuxième année de césure universitaire qui m'a mené en Afrique de l'est et australe, présentée en introduction. Et il me semble que c'est précisément le voyage, ce dernier ainsi que deux séjours au Mali en 2008 et 2009, qui m'ont poussé à postuler pour le Master que j'entends par ce mémoire valider : Dynamiques africaines. Il s'agissait ainsi de boucler une boucle, en quelque sorte, en choisissant pour thème de ce mémoire le tourisme en Tanzanie. Pour pousser l'auto-analyse, ce choix est peut-être encore un peu plus profond... L'Afrique et particulièrement l'Afrique de l'est répondent ainsi partiellement à mes rêves d'enfants. A la sempiternelle question : « Que veux-tu faire quand tu seras grand ? », fût un temps où ma réponse était : « photographe animalier ». J'avais en tête le métier qui consistait à réaliser les documentaires animaliers dont j'étais un spectateur vorace. L'univers de la savane se taille la part du lion dans cette production documentaire là, si je peux me permettre l'expression. Mais un jour, on m'a appris que pour devenir photographe, il me fallait suivre des études de chimie et de physique, ce qui m'a définitivement répugné –avec le recul, je saurais quoi répondre ! Cela ne m'a pas empêché d'éplucher les encyclopédies de la faune (la flore ne m'intéressait que peu...), sans pour autant lire les textes : les images et leurs courtes descriptions me suffisant amplement. Sans le vouloir et sans le savoir, à 7 ou 8 ans seulement, je produisais mon imaginaire de l'Afrique dont je rêvais, celle des lions et des léopards : qui court le plus vite ? qui est le plus fort ? J'aurais souhaité organiser un combat entre ces deux fauves qui se concurrencent la place du meilleur félin de la savane (ma passion comprenait aussi les tigres, mais cela est une autre histoire, en tout cas un autre espace de l'imaginaire...),

comme ces touristes en safari demandant à leur guide touristique un combat entre un lion et un léopard⁷³.

Je n'écris pas tout cela –seulement- pour mettre en récit ma vie et mes rêves d'enfant, et j'espère que le lecteur comprendra tout le paradoxe que cela sous-tend. Expliciter ces passions, qui demeurent toujours quelque part, c'est aussi reconnaître que le chercheur (bien que toujours étudiant), africaniste de surcroît, a lui aussi sa propre quête d'exotique qu'il s'agit pour le mieux d'assumer, mais au moins de reconnaître. Ainsi la frontière entre chercheur et touriste s'estompe. Car ces mises en situation à objectif scientifique que je m'efforce d'objectiver et d'analyser, je les savoure également, comme un touriste. Nous voyons l'idée venir qu'être touriste est, bien plus qu'en termes d'individus, une question de *situation*. Tour à tour, le chercheur, le touriste d'affaire, l'humanitaire, le service civique, le volontaire, l'expatrié, et même le citoyen, devient touriste l'espace d'un instant plus ou moins long et plus ou moins ouvertement. Ainsi, mon statut d'étudiant-chercheur ne me permet pas de faire comme si je n'avais aucun rêve d'Afrique. Etudier l'imaginaire touristique de la Tanzanie et ses enjeux, c'est aussi mener une réflexion sur mes propres représentations, mes désirs de voyage, mes pratiques touristiques, et les impacts que celles-ci peuvent avoir de manière plus large. Bien que mes études et mes lectures m'aient permis –encore heureux, diront certains...- de déconstruire et de m'expliquer ces désirs d'ailleurs, ils persistent ! Je ne serai pas le héros de ce mémoire, loin de moi cette idée, mais je n'exclurai pas non plus mes ressentis de mes analyses, en tant que touriste comme les autres, finalement ... D'ailleurs, le responsable chargé de délivrer les permis de recherche à la Commission for Science and Technology (COSTECH) à Dar es Salaam me l'a bien rappelé : «*But in Serengeti and Ngorongoro, you'll be there as a tourist, ok ?*»⁷⁴. «*Haya* » («*D'accord* », en kiswahili).

Je ne suis pas le premier à nuancer la frontière entre recherche et tourisme. Ce constat a d'ailleurs mené Anne Doquet à changer son objet de recherche de mémoire de maîtrise, de l'étude des masques et statues dogons à l'étude de

⁷³ Entretien avec un ex-guide touristique réalisé à Bagamoyo le 6 mai 2016.

⁷⁴ Note de terrain, 3 mai 2016. Loin de lui attribuer ces réflexions sur la posture du chercheur en terrain, son propos était davantage de préciser que je devrai payer les taxes des parcs nationaux et les tarifs d'hébergement comme les autres, les touristes.

« l'incidence du regard anthropologique sur l'identité culturelle dogon, le tourisme comme véhicule de ce regard [y prenant] une part de plus en plus importante »⁷⁵. La convergence d'intérêts mène ainsi souvent, également en Tanzanie, les chercheurs et les touristes à visiter les mêmes lieux : la zone de conservation du Ngorongoro est ainsi un lieu privilégié à la fois pour le tourisme et la recherche, et on ne compte plus les études ethnologiques ou autres sur les Maasaï, icônes touristiques. Dans cette perspective, l'analyse de l'imaginaire touristique pourrait par ailleurs permettre de s'interroger sur les traditions de recherche, sur les choix des objets et des terrains, également portés par certains imaginaires qui parfois recourent ceux du tourisme. Cette réflexion pourrait nous amener à comprendre comment la recherche scientifique peut devenir une opportunité de générer des revenus pour différents acteurs, au même titre malgré des modalités différentes, que le tourisme. Ainsi, m'informant du nombre et du profil des visiteurs du programme de tourisme culturel de Mto wa Mbu⁷⁶, je me vis répondre qu'il y avait beaucoup d'activités pour les chercheurs et que la localité bénéficiait d'un cadre idéal pour la recherche en anthropologie notamment, Mto wa Mbu étant sensé rassembler les 120 ethnies présentes en Tanzanie⁷⁷. Ce cultural tourism program (CTP) propose ainsi d'organiser les hébergements et les séjours des étudiants ou chercheurs dans certaines familles de la ville. Certaines institutions ou communautés ont ainsi bien compris l'intérêt de la « curiosité scientifique » pour certains sites ou certaines populations. A Ghorofani, non loin du lac Eyasi d'où s'organisent les excursions touristiques pour visiter les Hadzabe, considérés comme les premiers habitants de la Tanzanie et comme les derniers chasseurs-cueilleurs du pays, le district demande 100 US\$ aux chercheurs qui veulent étudier ces communautés -en plus des 350\$ versés au COSTECH pour le permis de recherche-, et le chercheur doit également payer la communauté en

⁷⁵ DOQUET, Anne, « La force de l'impact », *EspacesTemps.net*, 2010, (« Travaux »), [En ligne : <http://www.espacestems.net/articles/force-impact/>].

⁷⁶ Mto wa Mbu est une ville de taille moyenne située à la lisière du parc national de Manyara, à mi-chemin entre le Ngorongoro et la ville d'Arusha. Elle est ainsi traversée par un nombre incalculable de véhicules de safari, qui quelque-fois s'arrêtent pour que les touristes puissent bénéficier d'une excursion culturelle prévue sur la feuille de route.

⁷⁷ Entretien avec l'assistant manager du programme de tourisme culturel de Mto wa Mbu réalisé le 6 juillet 2016.

question à hauteur de 50 US\$ par jour⁷⁸. Ici, cette politique reflète la convergence entre l'imaginaire touristique et l'imaginaire académique, et les bénéfices pouvant en être tirés. La frontière entre recherche et tourisme est parfois considérée comme un simple gradient par les guides touristiques : l'un des guides du CTP de Ghorofani m'indiquait qu'un couple de touristes était resté 4 heures au village hadzabe, au lieu de 2 habituellement, ce qui pour lui signifiait qu'ils faisaient presque de la recherche (« *almost research* »⁷⁹). Bien sûr, cette assertion n'est pas toujours vraie, et il convient de nuancer le propos : cette position au croisement du tourisme et de la recherche peut être négociée auprès des interlocuteurs, et certains acteurs reconnaissent d'eux-mêmes la spécificité de la posture académique, pouvant soit ouvrir des portes, soit en fermer, suivant les intérêts ou les risques escomptés⁸⁰.

Rappeler ma passion du voyage, l'intégration de celle-ci dans l'analyse et ma posture entre recherche et tourisme me sert aussi à expliquer assez clairement une de mes positions : le touriste n'est pas un ennemi des civilisations, seulement un « *héros ambigu* » comme le montre brillamment Jean-Didier Urbain dans son ouvrage *L'idiot du voyage*. Je ne suis, pour ma part, pas assez idiot pour me jeter moi-même la pierre !

A la recherche du touriste

Pour l'OMT, le tourisme est « *un phénomène social, culturel et économique qui implique le déplacement de personnes vers des pays ou des endroits situés en dehors de leur environnement habituel à des fins personnelles ou professionnelles ou pour affaires. Ces personnes sont appelées des visiteurs (et peuvent être des touristes ou des excursionnistes, des résidents ou des non-résidents) et le tourisme se rapporte à leurs activités, qui supposent pour certaines des dépenses touristiques* »⁸¹. Le touriste, acteur principal de ce phénomène, est donc par essence un individu qui se *déplace*, pour des raisons diverses, hors de ses lieux de vie

⁷⁸ Note de terrain du 9 juillet 2016. Discussion avec un guide du CTP de Ghorofani.

⁷⁹ Note de terrain du 10 juillet 2016. Discussion informelle avec un guide du CTP de Ghorofani.

⁸⁰ Sur ce sujet, voir : SIMONI, Valerio et MCCABE, Scott, « From ethnographers to tourists and back again. On positioning issues in the anthropology of tourism », *Civilisations*, 2008, [En ligne : <http://civilisations.revues.org/1276>].

habituels. Un chauffeur routier eût été heureux, avec cette définition proposée par l'OMT, de se considérer comme touriste lorsqu'il doit, « pour des raisons professionnelles » quitter son « environnement habituel » pour traverser plusieurs pays afin de livrer sa cargaison. Un parisien prenant le soin de flâner dans les rues de sa ville un dimanche à la recherche de monuments ou de détails auxquels il n'a guère le temps de s'attarder en semaine serait, lui, mécontent de savoir qu'il est impossible de faire du tourisme chez soi. Cette définition, selon nous et pour notre analyse, ne saisit pas l'essence profonde du tourisme : un rapport particulier et circonstanciel au monde.

Juhane Dascon propose une définition intéressante du tourisme, alors considéré comme « *un système d'acteurs investis dans la production d'une ressource mettant en relation des populations et des espaces multiples* »⁸². Cette proposition a l'intérêt scientifique de soulever les points qui nous intéressent ici : l'*agency* des acteurs, la *production* d'une ressource, et le caractère *relationnel* du tourisme. Dans cette optique, le tourisme et les touristes participent à transformer les territoires et les identités collectives des lieux et des habitants qui les composent. C'est toutefois cette idée qui a amené à un mépris devenu proverbial des touristes de la part des chercheurs, journalistes, acteurs du secteur et bien souvent de la part des touristes eux-mêmes, jugeant que ces millions de voyageurs, telle une nuée de sauterelles sur un champ, détruisent tout sur leur passage : authenticité, traditions, environnement, etc. Grâce à l'ouvrage précurseur de Jean-Didier Urbain déjà cité à plusieurs reprises – *L'idiot du voyage* –, la communauté scientifique considère désormais le touriste comme un individu intelligent et critique, capable de décrypter le social, de transformer inéluctablement ce qu'il visite par sa présence mais sans pour autant avoir le comportement moutonnier qui lui enlèverait son individualité. En d'autres termes, il s'agit de ne pas faire l'amalgame entre « *les nuisances d'un système et les rêveries d'un homme* »⁸³. C'est globalement une idée entendue désormais dans les études touristiques, mis à part quelques auteurs

⁸¹ Glossaire de base de l'OMT. URL : <http://media.unwto.org/fr/content/comprendre-le-tourisme-glossaire-de-base>

⁸² DASCON, Juhane, *Les acteurs paysans du tourisme au Kilimandjaro. Écriture filmique et écriture textuelle comme mode de compréhension des dynamiques géographiques en terre Chagga.*, Thèse de doctorat, Université Toulouse II - Le Mirail, 2009, p. 226.

⁸³ URBAIN, Jean-Didier, *L'idiot du voyage. Histoires de touristes*, Payot & Rivages, 2002, p. 18.

comme Thierry Paquot qui s'efforcent de véhiculer une vision romantique du voyage pour mieux dénigrer les touristes, simples consommateurs cherchant à vérifier ce qu'ils ont lu dans les brochures des agences de voyage⁸⁴. Cette vision tend à nier le tourisme considéré comme une *expérience* totale⁸⁵, pour souligner les dimensions « *à la fois intellectuelles et sensibles* »⁸⁶, impliquant une certaine mise en danger de l'individu confronté à l'altérité des hommes et des lieux. Une expérience qui implique tout entier l'intelligence, les conceptions (c'est-à-dire le système de pensée), les imaginaires, mais aussi les sens et le corps des touristes. Le tourisme est donc une confrontation au monde qui nous entoure, une disponibilité à ressentir l'environnement dans lequel évolue le touriste, rendu possible par une alternance entre une certaine *mise à distance* (un regard, à l'image de ce flâneur parisien) et une implication totale à travers l'*expérience* (nos imaginaires voyagent, mais nos corps également). C'est donc d'un concept éminemment relationnel dont nous parlons, d'où l'intérêt d'utiliser le terme de *touristique* pour le désigner, en le différenciant ainsi du *tourisme* comme secteur et comme activité : « *dans ce cas, le touristique ne se référerait pas à un monde social autonome ou à un système défini par un ensemble énumérable d'actants, mais plutôt à un ensemble de règles ou de codes qui guident les pratiques des touristes, des opérateurs économiques, de l'État et d'autres collectivités, et qui donnent lieu à des façons de se mouvoir, de sentir, de donner sens aux activités qui sont différentes par rapport à d'autres régimes d'engagement* »⁸⁷. Autrement dit, le touristique consiste en un certain cadre de pensée et d'action, de notre point de vue largement influencé par l'imaginaire socialement et historiquement construit, qui peut être consciemment ou inconsciemment mobilisé pour des raisons économiques et politiques. Il s'agit donc de réfléchir, à partir de notre terrain, à la fabrique du touristique, naissant de l'interaction entre des images fantasmées, projetées sur l'ailleurs, et des stratégies

⁸⁴ PAQUOT, Thierry, *Le voyage contre le tourisme*, Rhizome, Paris, 2014, (« Eterotopia France »).

⁸⁵ DECROLY, Jean-Michel (dir.), *Le tourisme comme expérience. Regards interdisciplinaires sur le vécu touristique.*, Presses de l'Université du Québec, Québec, 2015.

⁸⁶ Idem, p. 7.

⁸⁷ DARBELLAY, Frédéric et STOCK, Mathis, « Penser le touristique : nouveau paradigme ou interdisciplinarité ? », *Revue électronique des sciences humaines et sociales*, novembre 2012, [En ligne : <http://www.espacestems.net/articles/penser-le-touristique-nouveau-paradigme-ou-interdisciplinarite/>].

de « mise en désir et de mise en produit»⁸⁸ qui sont contraintes par un certain imaginaire dont elles participent à sa formulation.

⁸⁸ Pour reprendre l'expression de Juhane Dascon, op cit.

Chapitre 3

La fabrique du touristique

« Le mythe Zanzibar a la vie dure, et c'est bien là ce qui pose problème, tant pour le Zanzibari qui ne reconnaît pas son île dans cette pléthore de descriptions oniriques, -quelque chose agace même de n'exister aux yeux du plus grand nombre qu'à travers cette image stéréotypée tellement éloignée de la réalité de son quotidien-, que pour le chercheur, qui pour comprendre au mieux les logiques du fonctionnement insulaire, doit se débarrasser de ces représentations constituant autant d'obstacles épistémologiques. Pas plus Zanzibar que toutes les autres îles n'est un lieu imaginaire échappant aux contingences d'un monde de plus en plus réticulaire et globalisé, théâtre de mutations rapides et profondes. Toute étude scientifique sur cet archipel doit donc passer par une déconstruction du mythe, une forme de tabula rasa des récits plus ou moins fantasmagoriques associés à ce lieu. »

Nathalie Bernardie-Tahir, *L'autre Zanzibar. Géographie d'une contre-insularité*, Karthala, 2008.

Dans cet ouvrage collectif dont l'extrait mis en exergue est issu, nous constatons dans la structure de l'argumentation une recherche de légitimité à l'étude géographique de l'archipel de Zanzibar par une démythification de l'imaginaire collectif et touristique sur l'île. Le titre, « L'autre Zanzibar », est d'ailleurs révélateur de cette volonté de détachement universitaire -quelquefois méprisant à l'égard des touristes-, par rapport à l'imaginaire touristique, véritable « *obstacle épistémologique* ». Nous considérons, à l'inverse, que ces mythes peuvent nous dire beaucoup « *d'un monde de plus en plus réticulaire et globalisé* ». Car tout lieu a une double dimension imaginaire, dont l'étude nous informe sur une certaine

dynamique de la globalisation, celle de l'identité touristique⁸⁹. Nous souhaitons ainsi dans ce chapitre questionner l'articulation entre imaginaire et pratique touristique, notamment en remettant en cause l'idée selon laquelle, et particulièrement dans les pays du Sud, le touriste imposerait sa vision des choses et des gens ainsi que ses désirs touristiques, supposant une certaine passivité du pays récepteur quant à son identité touristique. Ainsi, en interrogeant le concept d'*imaginaire*, nous verrons que celui-ci est un *répertoire* toujours *en circulation*, dans le temps comme dans l'espace, dont les acteurs se servent pour définir cette matrice de perception *coproducte* qu'est le *touristique*.

De l'imaginaire à la pratique touristique, aller-retour

Certains auteurs critiques du tourisme considèrent que le touriste voyage, se *déplace*, pour confirmer l'idée qu'il se fait d'une destination, à l'instar de T. Paquot qui écrit, en opposition à la supposée disponibilité d'esprit du « voyageur » et non sans une certaine condescendance : « *Nous ne souhaitons circuler que dans du connu, du déjà-vu- dans le guide longuement étudié avant le départ, les dépliants touristiques de l'hôtel, les récits des amis, etc. – afin d'obtenir la confirmation de ce dépaysement tant attendu et si cher payé* »⁹⁰. Le tourisme naît-il du besoin de confirmer de façon visuelle les idées préconçues, parfois relayées et confortées par un imaginaire matérialisé par les guides de voyage et le marketing touristique ? L'idée supposerait une relation unilatérale entre un imaginaire figé et une pratique qui serait définie de manière à satisfaire ses fantasmes touristiques. Or, pour nous, tout comme il est impossible d'étudier la société sans l'individu et l'individu sans la société, cette réflexion doit se porter sur l'articulation, sur les *interactions*, entre imaginaire et pratique touristique. Il nous faut ainsi revenir un instant sur cette notion complexe et polysémique⁹¹ qu'est l'*imaginaire*.

⁸⁹ Notons que cet angle d'analyse est –paradoxalement ?- utilisé dans le dernier chapitre de l'ouvrage, BERNARDIE-TAHIR, Nathalie, « Zanzibar à l'heure du tourisme mondialisé : des identités rêvées au rêve identitaire », in BERNARDIE-TAHIR, Nathalie (dir.), *L'autre Zanzibar. Géographie d'une contre-insularité*, Karthala, 2008, pp. 353-368.

⁹⁰ PAQUOT, Thierry, *Le voyage contre le tourisme*, Rhizome, Paris, 2014, (« Eterotopia France »), p. 45.

⁹¹ Pour une synthèse, voir STRAUSS, Claudia, « The imaginary », *Anthropological Theory*, Vol. 6, 2006, p. 322-344.

Rachid Amirou, reprenant J. Le Goff, définit l'imaginaire comme faisant partie du monde des représentations, en cela qu'il n'y a pas d'imaginaire sans image, mais différencie les deux notions. La représentation serait « *une traduction mentale d'une réalité extérieure perçue. La représentation est liée au processus d'abstraction. La représentation d'une cathédrale, c'est l'idée de cathédrale. L'imaginaire fait partie du champ de la représentation. Mais il y occupe la partie de la traduction non reproductrice, non seulement transposée en image de l'esprit, mais créatrice, poétique au sens étymologique.* »⁹². L'imaginaire est alors ici par essence créateur, performatif : une action inconsciente de l'individu qui donne un sens aux perceptions. En cela, nous ne pouvons pas différencier ou hiérarchiser l'imaginaire et la pratique, puisque l'imaginaire serait en soi une action, un processus. Pour reprendre la définition qu'en propose Noel B. Salazar : « *The imaginary can thus be conceived as a mental, individual and social process that produces the reality that simultaneously produces it* »⁹³. En d'autres termes, l'imaginaire produit la pratique, et la pratique reproduit l'imaginaire qui est donc sans cesse en mouvement.

Prenons un exemple issu de notre terrain pour montrer l'interaction entre imaginaire et pratique. En safari au Ngorongoro, qui rappelons-le est une aire de conservation à usage mixte autorisant le pastoralisme maasaï, nous sommes bercés par les propos de notre guide nous expliquant combien les Maasaï ont su conserver leur culture et leur mode de vie, participant au jardin d'Eden qu'est restée la NCA, faisant ainsi écho à toute une imagerie. Mais, sur la route du Serengeti voisin, mon père s'étonne de voir un Maasaï surveillant son troupeau en pianotant sur son smartphone. L'imaginaire est mis à l'épreuve, et c'est toute une perception d'une Afrique authentique qui est l'espace d'un instant remise en question. Sur le chemin du retour, notre guide nous fera remarquer par lui-même des situations semblables, ayant compris que notre schéma de perception avait entre-temps évolué. Ainsi, l'imaginaire se trouve reconfiguré par la pratique. Et il est fort probable que le récit du voyage, dès le retour, intègre ces événements allant à l'encontre de

⁹² Citation de J. Le Goff, *L'imaginaire médiéval*, Paris, Gallimard, 1991, préface p.2, tirée de AMIROU, Rachid, *L'imaginaire touristique*, CNRS Editions, 2012, p.31.

⁹³ SALAZAR, Noel B., *Envisioning Eden. Mobilizing Imaginaries in Tourism and Beyond*, vol. 31, Berghahn Books, 2010, (« *New Directions in Anthropology* »), p. 6.

l'image attendue à l'arrivée, contribuant à faire circuler un imaginaire toujours renouvelé. Notre guide a par ailleurs pleinement conscience de cette circulation en nous déclarant, le deuxième jour du safari, que : « *Nous les guides, nous sommes ambassadeurs de notre pays* » ; et en nous rappelant, une fois retournés dans la ville d'Arusha, que : « *Quand vous retournez en France, c'est à votre tour d'être les ambassadeurs de Tanzanie !* »⁹⁴.

Cette illustration des interactions et de l'emboîtement entre imaginaire et pratique nous informe également sur le caractère diffus de l'imaginaire. Comment en effet analyser et formuler les non-dits d'une toile de perception perpétuellement tissée par un imaginaire collectif en mouvement ? Nous considérerons ici que cet imaginaire se matérialise dans des objets, des images et des discours, qui peuvent nous permettre de l'étudier. Pour Noel B. Salazar toujours :

« [...] *imaginaries do not float around spontaneously and independently ; rather, they 'travel' in space and time through well-established circular conduits. These channels include documentaries and fictional film ; art and museum exhibitions and fairs ; trade cards, video games and animation ; photographs, slides, video and postcards ; travelogues, blogs and other websites ; guidebooks and tourism brochures ; coffee-table books and magazines ; literature ; advertising ; official documents ; news coverage ; quasi-scientific media and academic productions.* »⁹⁵.

La diversité des supports de l'imaginaire nous conduira, dans notre deuxième partie, à faire des choix analytiques qui ont porté sur les productions cinématographiques comme vecteur et producteur de l'imaginaire touristique.

Ces supports constituent un répertoire identitaire, utilisé de manière variable suivant les intérêts susceptibles d'en être tirés. Il semble donc pertinent d'étudier la manière dont le territoire est touristiquement mis en valeur pour s'articuler –ou non- à cet imaginaire. Pour utiliser le référentiel du marché, il s'agit donc d'étudier le revers de cette « demande touristique » en regardant comment est élaborée « l'offre touristique ». *A contrario* de la plupart des recherches en tourisme dont les interrogations, selon Bernard Debarbieux, pourraient se résumer de la façon

⁹⁴ Notes de terrain, 16-20 mai 2016.

⁹⁵ SALAZAR, Noel B., *Envisioning Eden. Mobilizing Imaginaries in Tourism and Beyond*, vol. 31, Berghahn Books, 2010, (« New Directions in Anthropology »), p. 9.

suivante : « dans quelle mesure les images que les touristes se font du lieu qu'ils visitent et des populations qui y vivent, et les pratiques qu'ils adoptent en conséquence, influencent-elles ces mêmes populations et leurs représentations et pratiques culturelles? »⁹⁶, nous rejoignons cet auteur qui propose de renverser la question pour voir « dans quelle mesure les individus et les groupes qui vivent dans des lieux touristiques sont-ils amenés à promouvoir le tourisme pour travailler ou renouveler leurs identités collectives »⁹⁷. Une analyse qui entend donc étudier les stratégies mises en place par les acteurs du tourisme pour promouvoir le territoire, participant à la construction d'une identité touristique.

« *The soul of Africa* » : une identité touristique en co-construction

L'enjeu de la promotion touristique d'une destination est de créer le désir de voyager pour découvrir, s'émerveiller, et inévitablement consommer les attractions dont le pays dispose et qu'il s'agit de mettre en valeur. Ce processus fait l'objet d'une compétition intense afin de capter les flux du tourisme international. Rien de tel qu'un slogan pour marquer l'esprit et définir de manière concise l'identité touristique : l'Ouganda est ainsi la perle de l'Afrique (« *The pearl of Africa* », reprenant une expression attribuée à Churchill dans son livre *My African journey*, 1908), le Kenya est magique (« *Magical Kenya* »), et le Rwanda fier de ses gorilles dans la brume (« *Gorillas in the mist* », ouvrage de Dian Fossey et titre d'un film retraçant l'histoire de la célèbre primatologue)⁹⁸. Les slogans peuvent être définis suivant plusieurs stratégies, pouvant soit mettre en valeur des attractions de façon descriptive, soit valoriser une idée plus générale. La présentation de la TTB lors d'une réunion sectorielle en 2013 nous le confirme : « *Essentially a brand is a promise : it establishes the kind of experience that the visitor can expect from the destination* »⁹⁹. L'évolution du slogan tanzanien est révélatrice du dilemme des autorités, oscillant entre appropriation identitaire des attractions et promesse d'une

⁹⁶ DEBARBIEUX, Bernard, « Tourisme, imaginaires et identités : inverser le point de vue », *Via@ Tourism Review*, juin 2015, [En ligne : <http://viatourismreview.com/fr/2015/06/tourism-imaginaires-and-identities-reversing-the-point-of-view/>].

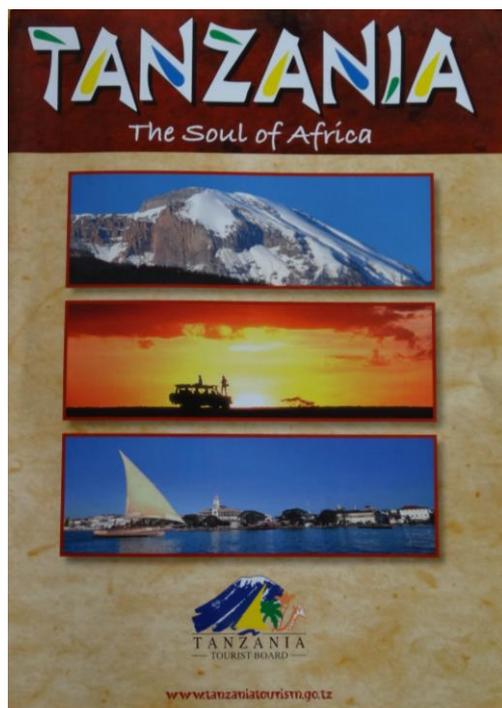
⁹⁷ Idem

⁹⁸ Informations récoltés au salon international du tourisme KILIFAIR à Moshi (3-5 juin 2016).

⁹⁹ Nous avons pu avoir accès au powerpoint de la présentation faite par la TTB grâce au coordinateur du programme de tourisme culturel.

expérience. De 1993 à 1996, le slogan était « *Tanzania – The land of Kilimandjaro and Zanzibar* » ; de 1997 à 2002, « *Tanzania – Unsurpassed Africa* » ; de 2003 à 2005, « *Tanzania – Authentic Africa* » ; en 2006 et 2007, le slogan « *Tanzania – The land of Kilimandjaro and Zanzibar* » est remis au goût du jour ; de 2008 à 2013, « *Tanzania – The land of Kilimandjaro, Zanzibar and the Serengeti* ». En 2013, sur la base d'une étude menée auprès des touristes, la TTB propose plusieurs slogans, mais est retenu contre son vote : « *Tanzania : The soul of Africa* ». Les slogans descriptifs avaient été choisis pour se réapproprier les attractions touristiques mentionnées, car le Kilimandjaro et le Serengeti étaient (et sont toujours, dans une moindre mesure) généralement considérés comme kenyans dans l'imaginaire collectif¹⁰⁰, et Zanzibar une sorte de non-lieu n'appartenant à aucun pays. L'enjeu était donc de communiquer sur le fait que ces icônes africaines, dont les noms sont connus de tous ou presque, étaient localisées en Tanzanie. Le slogan « *The soul of Africa* » fait suite à une enquête menée sur la perception des touristes après leur séjour en Tanzanie, révélant le fait que l'hospitalité de la population et la beauté du pays étaient centrales dans la satisfaction de leur séjour. Les trois principales attractions restent cependant au cœur du marketing (voir illustration ci-dessus). Ainsi ce slogan répond-t-il, tout en le confortant, à un certain imaginaire : celui d'une Afrique accueillante, chaleureuse et souriante constituant sa véritable âme. Ici la rhétorique joue sur la manière dont est communément abordé le continent africain, c'est-à-dire en tant qu'unité. La Tanzanie devient alors touristiquement pertinente parce qu'elle représente à elle-même *l'Afrique*. Par comparaison, on pourrait difficilement imaginer un marketing vendant l'Inde en tant que destination

**Figure 3 : Campagne de promotion TTB
« The Soul of Africa »**



Source : Magazine de la TTB, « *Selling Tanzania* », October 2015.

touristique comme étant « The soul of Asia » : l'Inde n'est pas l'Asie, car l'Inde est une entité reconnue dans le sens commun puisqu'elle réfère à tout un imaginaire particulier. Au contraire, pour la Tanzanie, il s'agit de se référer à un imaginaire plus large, d'où le propos qui a été introduit en introduction : nous voyageons *en Afrique* avant de voyager *en Tanzanie*. Cette stratégie confortant alors l'idée stéréotypée d'une Afrique culturellement homogène.

Il s'agit donc, par le discours et les images, de proposer des représentations pouvant incarner cet imaginaire¹⁰¹. De manière générale, la faune est représentée de façon systématique pour mettre en valeur l'une des ressources touristiques majeures du pays. Les paysages de savane à la lumière du crépuscule sont également très présents, quand bien même la Tanzanie recèle une grande diversité de milieux, confirmant l'identité « safari ». Le Kilimandjaro est, sans surprise, central également dans les représentations, et il est intéressant de noter qu'à l'exception du tourisme alternatif encore relativement marginal qui propose des représentations de l'étage café-banane, l'image du mont est réduite à son sommet enneigé¹⁰². Les Maasaï sont également omniprésents dans les stratégies de communication touristique, en particulier l'image du guerrier maasaï aux cheveux longs, vêtu d'une *shuka*¹⁰³ rouge, armé de sa lance et de son couteau¹⁰⁴.

Plusieurs catégories d'acteurs sont impliquées dans la promotion touristique depuis la libéralisation du secteur : les institutions publiques (MNRT) et parapubliques (TTB, TANAPA, NCAA), les acteurs privés (tours opérateurs, compagnies aériennes, ONG, etc.), ainsi que les acteurs villageois dans le cadre des programmes de tourisme culturel, même si cette promotion-là est plus discrète. Julia Gascon a bien montré l'articulation entre public et privé dans cette dynamique, en étudiant à partir du cas du Ngorongoro les liens entre *Tanganyika*

¹⁰⁰ Nous reviendrons sur ce sujet pour en dégager les aspects géopolitiques dans le chapitre 9.

¹⁰¹ Pour un échantillon de cette imagerie, voir annexe 4.

¹⁰² Voir DASCONE, Juhane, *Les acteurs paysans du tourisme au Kilimandjaro. Écriture filmique et écriture textuelle comme mode de compréhension des dynamiques géographiques en terre Chagga.*, Thèse de doctorat, Université Toulouse II - Le Mirail, 2009.

¹⁰³ Tissu généralement porté comme vêtement par les Maasaï. Notons que si les couleurs varient, l'imagerie touristique retient généralement la couleur rouge.

¹⁰⁴ Nous expliquerons dans le chapitre 6 la construction coloniale de l'imagerie maasaï.

Expeditions et la NCAA dans la promotion internationale du site¹⁰⁵. Malgré la diversité des acteurs, les discours et les images sont plutôt cohérents et participent à créer une destination qui repose sur quelques « produits touristiques » majeurs : la faune, les « paysages naturels », le Kilimandjaro, les Maasaï, et Zanzibar.

Loin de considérer que les touristes imposent de manière unilatérale leurs imaginaires sur les territoires et les identités, les acteurs du tourisme, publics et privés, jouent donc un rôle actif dans cette construction ; les revirements de stratégies que montre l'historique des slogans sont en soi manifestes de l'importance de promouvoir la destination par une identité particulière capable de faire une différence dans cette compétition touristique internationale. L'identité touristique est co-construite par l'imaginaire importé par les flux touristiques et le système d'acteurs du secteur touristique tanzanien qui doit composer avec celui-ci. L'imaginaire est donc un répertoire qui, fonctionnant comme un cadre de construction des stratégies de promotion touristique, participe aux stratégies de construction de l'identité touristique qui en retour participe à sa formulation.

Le touristique, considéré, rappelons-le, comme une manière de percevoir le monde, participe donc à une signification du réel. L'imaginaire, diffusé par diverses représentations, est fondamental dans cette mise en ordre symbolique et matérielle de l'environnement. Comme nous avons tenté de le démontrer, l'imaginaire n'est pas quelque chose de figé, mais plutôt un processus qui définit la pratique, au même titre que la pratique redéfinit l'imaginaire. Dans une deuxième partie, nous analyserons plus en détails, à partir de notre terrain, la généalogie des imaginaires touristiques, les dispositifs mis en place, ainsi que les réappropriations locales d'un imaginaire extraverti.

¹⁰⁵ GASCON, Julia, *Patrimoine mondial et compétition politique : l'extraversion comme logique d'adaptation, de projection et de résistance*, Mémoire de recherche, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne, 2013, 142 p.

2^{ème} Partie

Les corps et l'esprit : le touristique en pratique

Le tourisme a beaucoup été étudié, suite aux travaux de John Urry¹⁰⁶ notamment, en termes de « regard » et de « discours ». Soyons honnête, c'est aussi le point de départ de notre recherche. Mais nous souhaiterions ici, en analysant les pratiques touristiques, prendre en compte d'autres dimensions : le sensoriel et le corporel. Aurélie Condevaux, dans son analyse des « Rencontres touristiques polynésiennes » utilise cette grille de lecture: « *Pour Perkins et Thorns (2001), il paraît nécessaire de remplacer la métaphore du regard par celle de la 'performance [...] qui intègre l'idée d'une implication corporelle active' comportant aussi bien des activités physiques, intellectuelles et cognitives que le fait de regarder (Perkins et Thorns, 2001, p.193) »¹⁰⁷. Si nous restons dubitatif sur l'usage dans notre travail du concept de *performance* qui sous-entendrait une certaine intentionnalité dans la pratique, il est certain que faire du tourisme est plus qu'un simple regard et implique avant tout le corps et les ressentis. Nous essayerons donc de prendre en compte ces dimensions dans notre analyse, à travers l'articulation tourisme-cinéma, deux mondes différents qui reposent tous les deux sur l'émotion, à travers les pratiques de safari qui entendent tout autant montrer que faire ressentir l'Afrique sauvage, et par les pratiques de tourisme culturel, dont les prestations nous confrontent aussi corporellement à l'altérité.*

¹⁰⁶ URRY, John, *The Tourist Gaze ; Leisure and Travel in Contemporary Societies*, Sage, 1994.

¹⁰⁷ CONDEVAUX, Aurélie, « Rencontres touristiques polynésiennes », in J-M Decroly (dir.), *Le tourisme comme expérience. Regards interdisciplinaires sur le vécu touristique.*, Presses de l'Université du Québec, 2015, p. 89-100.

Chapitre 4

Productions cinématographiques et imaginaire(s) : un cinétourisme en Tanzanie ?

« Un incroyable cadeau : un aperçu du monde à travers l'œil de Dieu. Et je pensais, oui, je vois, c'est bien ainsi que cela fût conçu. »

Extrait du film *Out of Africa*, 1985.

Le cinéma et le tourisme, pourrait-on dire, procèdent de la même logique : « une mise en images systématique du monde »¹⁰⁸. Bien sûr, l'image est doublée d'un discours, alimentant ainsi tout un imaginaire sur les lieux et les identités. Les productions cinématographiques sont susceptibles de rendre les espaces, les individus, les groupes d'individus, les nations, mais aussi les paysages et même les ambiances imaginables, et imaginés. Le cinéma est potentiellement un important vecteur de tourisme. On pense tout de suite au succès de *Le fabuleux destin d'Amélie Poulain*¹⁰⁹, notamment outre-Atlantique, et au succès que connaît désormais le café de Montmartre, lieu partiel du tournage, auprès des touristes. En Nouvelle-Zélande, le tourisme a connu un bond prodigieux après le tournage de la trilogie du *Seigneur des anneaux*¹¹⁰. A une échelle plus locale, on peut noter que certains lieux prennent un nom directement inspiré d'un film, comme c'est le cas à Saint-Nazaire (Saint-Marc-sur-Mer) avec la « plage de Monsieur Hulot » depuis le classique de Jacques Tati¹¹¹. En Tanzanie, on voyage moins pour retrouver les lieux d'un tournage que pour retrouver une certaine idée de l'Afrique véhiculée par de nombreuses productions grand public. Certains films sont très présents dans l'univers touristique en Tanzanie, tant dans le discours des touristes que dans le

¹⁰⁸ COLLEYN, Jean-Paul et DEVILLEZ, Frédérique, « Le tourisme et les images exotiques », *Cahiers d'études africaines*, janvier 2009, p. 583-594.

¹⁰⁹ JEUNET, Jean-Pierre, *Le fabuleux destin d'Amélie Poulain*, 2001.

¹¹⁰ JACKSON, Peter, *The Lord of the Rings*, 2001-2003.

¹¹¹ TATI, Jacques, *Les Vacances de monsieur Hulot*, 1953.

discours marketing : *Hatari !*¹¹², *Out of Africa*¹¹³ et *Le Roi Lion*¹¹⁴ notamment. Le choix d'étudier le cinéma pour analyser de manière plus large l'imaginaire résulte d'observations de terrain, du constat de l'importance des références cinématographiques chez les touristes ainsi que des réappropriations qui sont faites par les acteurs du tourisme. Ce support matériel de l'imaginaire nous permet ici d'étudier l'articulation entre des images intériorisées et le vécu touristique, ainsi que les dispositifs mis en place pour faire de cet imaginaire une ressource.

La force de l'image

Etudier ensemble cinéma et tourisme n'est pas un fait nouveau. Une branche marginale des études touristiques s'intéresse en effet à ce que l'on appelle « cinétourisme » ou « film-induced tourism »¹¹⁵. Le cinétourisme est défini par la visite de destinations mises en scène au cinéma ou à la télévision (principalement) sans rapport direct avec une quelconque campagne de promotion touristique¹¹⁶. Le lieu de tournage est donc central. En Tanzanie, mis à part le lieu de tournage du film *Hatari !* dont nous parlerons un peu plus bas, les références aux productions cinématographiques sont davantage liées à une certaine ambiance ou à la mise en valeur de paysages. Précisons dès maintenant que nous incluons dans le terme cinéma les films de fiction comme les documentaires. Et pour les lecteurs susceptibles de considérer le cinéma comme un objet politique anodin, en particulier en Afrique, rappelons l'importance que peuvent avoir ces productions sur les décisions politiques, en créant, en quelque sorte, un cadre normatif, ou du moins un cadre cognitif. En 1959, le documentaire *The Serengeti shall not die* de Bernard et Michael Grzimeck fit une sortie en salles retentissante, remportant l'Oscar du meilleur documentaire en 1959. A l'aide d'un petit avion zébré, le plaidoyer conservateur, en décrivant et en montrant les beautés et le caractère unique de ce sanctuaire présenté comme menacé, finit de convaincre les

¹¹² HAWKS, Howard, *Hatari !*, Malabar Productions, 1962.

¹¹³ POLLACK, Sydney, *Out of Africa*, Universal Pictures, 1985.

¹¹⁴ ALLERS, Roger, et MINKOFF Rob, *The Lion King*, Walt Disney Pictures, 1994.

¹¹⁵ Voir notamment BEETON, Sue, *Film-induced Tourism*, Channel View Publications, 2005, (« Aspects of Tourism »).

¹¹⁶ WALAIORN, Rewtrakunphaiboon, « Film-induced Tourism : Inventing a Vacation to a Location », 2009. [En ligne : www.bu.ac.th/knowledgecenter/epaper/jan_june2009/pdf/Walaiporn.pdf]

administrateurs coloniaux de la nécessité de créer un parc national. En popularisant cette image d'un paradis naturel menacé, le documentaire a ainsi participé, rappelons-le, à l'éviction de plusieurs milliers de Maasaï des immenses pâturages et des points d'eau du Serengeti. Un monument funéraire est visible aujourd'hui près du cratère du Ngorongoro pour célébrer les deux réalisateurs¹¹⁷. Le cinéma est tour à tour un initiateur de politiques et un révélateur des changements de paradigme. L'évolution de la production documentaire grand public est ici intéressante. La BBC par exemple, excessivement friande de documentaires animaliers grandioses, entre merveilles sublimées et dangers terribles, produit par exemple en 2011 une série documentaire intitulée *Unnatural Histories*¹¹⁸, mettant en valeur la construction historique des lieux naturels, dont le premier épisode retrace l'histoire du Serengeti¹¹⁹. Ainsi les affinités des réalisateurs et des producteurs reflètent-elles ici les enjeux contemporains de la conservation de l'environnement, dont la gestion « intégrée » ou « communautaire » des espaces est désormais, au moins dans le discours, centrale. Jean-Paul Colleyn et Frédérique Devillez analysent, eux, les questionnements des réalisateurs quant à la construction de l'altérité dans les productions documentaires à partir de l'édition 2008 du festival documentaire Cinéma du Réel (Centre Georges Pompidou, Paris)¹²⁰. Nous sommes d'accord avec la première phrase de leur conclusion : « Une énorme production non critique continue de fabriquer de l'imagerie touristique plus ou moins commerciale »¹²¹. Considérant le peu de relais commerciaux de ces productions documentaires et l'élitisme de ce type de festival, nous ne pouvons que constater que les films ayant le plus d'impact sur l'imagerie et l'imaginaire sont des films de fiction, et dans une moindre mesure les documentaires télévisés. En Tanzanie, à chaque génération de touriste son film phare : *Hatari !* pour les plus âgés, *Out of Africa* pour la génération suivante, et enfin la génération dont je fais moi-même partie, celle du *Roi Lion*.

¹¹⁷ Voir annexe 5

¹¹⁸ Série documentaire *Unnatural histories*, « Episode 1 : Serengeti », BBC Four, 2011.

¹¹⁹ Voir aussi sur le même thème, diffusé sur Arte le 7 octobre 2012 : APOSTOLIDIS, Andreas, *Serengeti : Une terre sans habitants ?*, 2012.

¹²⁰ COLLEYN, Jean-Paul et DEVILLEZ, Frédérique, « Le tourisme et les images exotiques », *Cahiers d'études africaines*, janvier 2009, p. 583-594.

¹²¹ Idem

The Lion King fait partie des films d'animation les plus populaires. Il est évidemment impossible, ici, de visiter les lieux du tournage puisque, précisément, c'est un film d'animation. Pour le réaliser, une équipe de Disney s'est néanmoins rendue 3 mois au Serengeti et au Ngorongoro, accompagnés d'une équipe de guides tanzaniens, pour inspirer les dessins, directement liés à la faune, à la flore et aux paysages typiques de ces lieux¹²². Notons par ailleurs que l'histoire du film en elle-même est révélatrice d'une vision naturalisante des espaces, et d'une vision cyclique du temps naturel qui contraste avec le temps humain. Comme le dit la chanson : « *La ronde infinie de ce cycle éternel, c'est l'histoire, l'histoire de la vie* »¹²³. Bien que ces notions soient inconsciemment intégrées par l'auditeur, en particulier s'il est enfant, l'idée n'en est pas moins présente. Dans le quotidien touristique, nombreux sont les exemples où les références au film sont faites. Vient quelquefois la mélodie et/ou les paroles d'une des chansons du dessin animé, aidées souvent par l'évocation d'un vocabulaire swahili hérité de Disney. Une touriste, en « visite culturelle » de Mto wa Mbu, me confia ainsi sur la route, après que notre guide nous ait lancé un « *hakuna matata* » (« pas de problème »), qu'elle avait une « *connaissance Disney du pays* » et « *qu'au moins, [elle savait] dire lion : simba !* »¹²⁴. L'utilisation de mots swahili dans *Le Roi Lion* crée ainsi une certaine connaissance touristique de la langue, qui devient ainsi *authentique* et susceptible d'être réappropriée, comme nous le verrons plus bas. On retrouve la même logique dans les 'expressions françaises' : « *Voulez-vous coucher avec moi, ce soir ?* ». Bien sûr, cela relève d'un imaginaire bien différent, mais le point commun est que la langue est susceptible de le véhiculer. Certains blogs de voyage nous renseignent également sur la prégnance de cet imaginaire, où on peut y lire par exemple : « *Ca va en faire rire plus d'un, mais la première image de cette plaine verdoyante avec ses grandes girafes (au moins dix) ses éléphants, ça m'a fait penser au ROI LION* »¹²⁵. D'autres s'amuse à mettre en scène leur safari en ajoutant des personnages au film, suivant les photographies qu'ils ont prises, dans

¹²² Récit de notre guide, en safari au Serengeti, le 17 mai 2016.

¹²³ Refrain de la chanson « L'histoire de la vie », tirée de la version française du Roi Lion.

¹²⁴ Notes de terrain, le 6 juillet 2016 à Mto wa Mbu.

¹²⁵ Blog « C'est comme dans le Roi Lion ». URL : <http://www.kenya-tanzanie.com/recit-de-voyage/cest-comme-dans-le-roi-lion>

un article intitulé « *Serengeti et Ngorongoro : Le Roi Lion ou l'histoire de la vie* »¹²⁶.

Cet imaginaire Disney ne fait pas autant sens pour tout le monde. En safari au Serengeti et au Ngorongoro, mon père, grand amateur de cinéma, avait en tête d'autres références. Tellement féru de cinéma, à vrai dire, que l'imaginaire de ces documentaires et films vus et revus constituait un véritable cadre de référence au vécu touristique. Ainsi, le premier jour de notre safari, en arrivant au Serengeti, il s'exclamait, en regardant les gnous dans les plaines infinies : « *Je croyais que c'était que dans les films. Maintenant je sais que ça existe encore.* ». En fait, dès la planification du séjour, le désir de retrouver certaines images issues de films était présent. Chargé d'organiser et de réserver le safari auprès d'un tour opérateur, mon père me confiait déjà qu'il aimerait bien, pour le logement, une ambiance « *à la Out of Africa* ». Les références à ce film¹²⁷ seront sur place récurrentes, parfois dans la déception, lorsque l'on se rend compte que les finances ne sont pas suffisantes pour réaliser le joyau touristique du film : un survol aérien de la savane, parmi les troupeaux et les flamands roses ... Le cinéma constitue donc ici un idéal touristique, une référence servant également à décrire ce que l'on voit et ce que l'on ressent : au Serengeti, on se croirait dans *Out of Africa*, et au Ngorongoro, depuis notre lodge sur les flancs du cratère (où la brume est présente et où la température descend à 5°C la nuit), « *on se croirait dans Gorilles dans la brume* »¹²⁸. Cet imaginaire est parfois bousculé par la pratique touristique. Notre guide nous expliquant que le hors-piste était sévèrement réprimé par l'administration des parcs nationaux, mon père concéda que « *c'est vrai qu'on ne voit ça que dans les films, rouler hors-piste* »¹²⁹.

Le cinéma véhicule des images, des discours et des idées qui définissent une certaine connaissance des espaces (celle d'une Afrique sauvage) et une recherche, à travers la pratique touristique, de ce qui nous a émus à l'écran. Mais, pour

¹²⁶ Blog « Jeux et enjeux des récréations du monde ». URL : <http://jeux-et-enjeux-des-recreations-du-monde.over-blog.com/2014/05/serengeti-et-ngorongoro-le-roi-lion-ou-l-histoire-de-la-vie.html>

¹²⁷ *Out of Africa*, tiré du roman du même nom de Karen Blixen, raconte l'histoire de l'auteure, partie vivre au Kenya vers 1910 où elle fonde une ferme, cultivant du café, et endurant de nombreuses épreuves, amoureuses comme physiques.

¹²⁸ Référence au film de APTED, Michael, *Gorillas in the mist*, Universal Pictures & Warner Bros Pictures, 1988.

confirmer l'idée introduite plus haut, cet imaginaire est mouvant et se redéfinit constamment.

Réappropriation des images

Conscients de la force des images issues des productions cinématographiques, celles-ci font l'objet de réappropriation parmi les acteurs du tourisme, à travers le marketing, les spectacles ou même le vocabulaire employé. Mais parfois les réappropriations touristiques du cinéma correspondent à un cinétourisme en bonne et due forme. C'est le cas du *Hatari Lodge*, situé au Nord du parc national d'Arusha. L'hôtel est en effet le lieu principal de tournage du film *Hatari!* (1962), avec les acteurs John Wayne, Hardy Kruger et Jim Mallory notamment, retraçant l'histoire d'une équipe chargée de

Figure 4 : John Wayne Bar, *Hatari Lodge*



Source : auteur

capturer des animaux sauvages pour les expédier aux zoos européens. Devenu établissement d'accueil touristique en 2004, le lodge accueille aujourd'hui de nombreux touristes allemands : Hardy Kruger était en effet dans les années 1960 en Allemagne une star incontournable. Certains touristes demandent à voir tous les lieux du tournage, en incluant par conséquent des safaris au programme. Et plusieurs personnes proches du tournage sont venues visiter l'hôtel depuis son ouverture. Nommer l'hôtel *Hatari* (qui signifie « danger » en swahili) tombait sous le sens pour le couple d'allemands chargés de la direction de l'établissement. Le film est littéralement au cœur de l'aménagement du lieu : le bar s'appelle le « John Wayne Bar », on peut découvrir l'histoire du lieu grâce à des pancartes explicatives, l'ambiance est plutôt « années 60 », et le film est projeté presque tous les soirs (sauf en période de coupe d'Europe de football ...). La direction étant par ailleurs engagée dans des projets de sensibilisation à l'environnement (notamment

¹²⁹ Ces notes de terrain sont tirées d'un safari au Serengeti, Ngorongoro et Manyara du 16 au 20 mai 2016.

à travers *The Elephant Embassy*), certains détails de l’imaginaire sont revisités pour correspondre à l’éthique du lieu. Ainsi, les trophées de chasse sont remplacés par des têtes d’animaux construites en peau de chèvre. Les plus cyniques diront que la chèvre a dû elle aussi être abattue pour utiliser sa peau, mais comme le dit la directrice : « *les chèvres détruisent l’environnement* » ... L’imaginaire du film est donc ici réapproprié en tant que marketing touristique, le tourisme étant lui-même une ressource pour les projets de développement en rapport avec la conservation¹³⁰. Les réappropriations touristiques de l’imaginaire cinématographique prennent également d’autres formes, notamment comme argument de vente. Attendant mon pass pour entrer au KILIFAIR à Moshi, le directeur de l’*Olea Africana Lodge* me tendit la brochure de son établissement en me disant : « *Welcome to enjoy the atmosphere of Out of Africa !* »¹³¹. Le choix du slogan du Rwanda, « *Gorillas in the mist* », est aussi particulièrement révélateur. Le séminaire exposant les atouts touristiques du Rwanda au salon KILIFAIR commença par ces mots : « *I think some of you have seen this movie ... [...] In the north you can see mist over the mountains* ». Le conférencier me confia à la fin du séminaire que l’argument du film *Gorillas in the mist* fonctionnait particulièrement pour le marché américain, et m’informa aussi sur un autre lieu de cinétourisme : « *People also want to see the Hôtel des Mille Collines*¹³² *because of the movie, to check what they have seen on the screen* »¹³³. Mais nous sortons de notre terrain de recherche.

Au KILIFAIR toujours, décidément très instructif, mon attention s’est portée sur un spectacle donné sur la scène principale, où s’alternait toute la journée plusieurs compagnies. Ce spectacle vivant¹³⁴ chorégraphiait l’histoire du Roi Lion avec les vraies paroles et le fond musical du film. Aux personnages du film (Mufassa, Simba, Scar, Rafiki, etc.) s’est ajouté, curieusement, un Maasaï orné d’un bâton et d’un bouclier, absent dans la version Disney (voir figure 5 page suivante). En plus de nous en dire long sur la place du Roi Lion dans l’imaginaire safari tant vendu durant les trois jours de ce salon du tourisme, l’ajout d’un Maasaï au spectacle

¹³⁰ Observations et entretien réalisés le 26 juin 2016.

¹³¹ Note de terrain, KILIFAIR, 3 mai 2016.

¹³² Référence au film de GEORGE, Terry, *Hotel Rwanda*, 2004.

¹³³ Notes de terrain, séminaire « Rwanda : Gorillas in the mist », KILIFAIR, 5 mai 2016.

¹³⁴ J’ai malheureusement perdu la feuille volante sur laquelle j’avais noté le nom de la compagnie et du spectacle ...

nous pose question. Un moyen d’authentifier la présence ethnique dans cet univers faunique ? Une transition pour le spectacle suivant qui était une « danse traditionnelle maasaï » ? En tout cas, cela nous montre comment l’imaginaire peut être réapproprié, et comment l’Homme peut se voir naturaliser dans cette dynamique ...

D’une manière plus diffuse, notons l’emploi régulier, par les guides, les « flycatchers »¹³⁵, et autres intermédiaires du touristique, de l’expression « *hakuna matata* ». Utilisée dans la célèbre chanson du Roi Lion, elle signifie en swahili « pas de problème ». Sans vouloir m’embarquer dans une analyse linguistique que je ne saurais mener, j’entends simplement constater ici qu’il existe de nombreuses autres expressions en swahili pour signifier la même chose, et que l’usage de celle-ci en particulier est beaucoup plus fréquent dans l’univers touristique que dans d’autres contextes. Et elle est très souvent utilisée sans forcément la traduire ou l’expliquer, comme si Disney l’avait en quelque sorte rendue universelle. Bertrand Westphal remarque lui aussi que le terme « *hakuna matata* » est utilisé sans traduction dans le marketing discursif de certaines brochures touristiques à Zanzibar, île pourtant sujette à un tout autre imaginaire¹³⁶.

Figure 5 : Spectacle vivant du Roi Lion



Source : auteur

¹³⁵ Terme assez péjoratif utilisé pour désigner les *street boys* qui approchent les touristes pour leur vendre un safari, un circuit culturel, une peinture, des bijoux, ou tout autre marchandise pouvant leur procurer une commission ou un peu d’argent.

¹³⁶ WESTPHAL, Bertrand, « Spice tour. Zanzibar et les brochures touristiques. », in Nathalie Bernardie-Tahir (dir.), *L’autre Zanzibar. Géographie d’une contre-insularité*, Karthala, 2008, p. 51-62.

L'étude du touristique à travers l'imaginaire issu des productions cinématographiques nous montre donc que l'imaginaire constitue tout à la fois une *matrice de perception* pour les touristes et une *ressource* pour les acteurs du tourisme. L'imaginaire d'une Afrique naturelle et de civilisations naturalisées guide ainsi la demande et l'offre touristique, résultant en des pratiques touristiques que nous analyserons dans les deux chapitres suivants.

Chapitre 5 : Un safari au jardin d'Eden ?

« Nous nous engageons dans l'immense plaine de Serengeti, la plus grande réserve d'animaux sauvages du monde. A perte de vue, d'énormes troupes de zèbres, d'antilopes, de buffles, de girafes. Tout cet univers pâit, bondit, folâtre, galope. Là, tout près de la route, des lions immobiles. Un peu plus loin encore, sur la ligne d'horizon, un léopard passe en faisant des bonds gigantesques. Tout cela est invraisemblable, incroyable. Comme si on assistait à la genèse du monde, le moment où la terre et le ciel existent déjà, l'eau, les plantes et les bêtes sauvages sont déjà créées, mais Adam et Eve ne sont pas encore là. Et ce monde qui vient de naître, ce monde sans hommes et donc sans péché, défile sous nos yeux. C'est vraiment une grande émotion. »

Ryszard Kapuscinski, *Ebène. Aventures africaines*, 1998.

On pourrait dire également : un territoire hostile et arriéré, où tous les grands prédateurs de ce monde cruel et sans pitié sont prêts à bondir sur nos pauvres corps frêles pour les dévorer. L'idée d'être contemplatif face à la nature et de s'en émerveiller n'a rien d'évident et semble être une construction assez moderne due notamment aux arts romantiques et impressionnistes, qui ont participé à populariser l'amour du paysage¹³⁷. En Tanzanie et plus largement en Afrique, c'est une nature sauvage que l'on valorise, une nature qui nous dépasse, soumise à des forces presque, dirait-on, « originelles ». Dans cette perspective, la référence au « jardin d'Eden », avec ou sans Adam et Eve, mais avant la tragédie de la pomme, est abondamment mobilisée. Cela n'est pas sans nous faire penser à l'exposition « Sublime. Les tremblements du monde » du Centre Georges Pompidou de Metz proposée de février à septembre 2016, retraçant l'histoire des perceptions de

¹³⁷ SIMMEL, Georg, « Philosophie du paysage », in *La Tragédie de la culture et autres essais*, trad. S. Comille et P. Ivernel, Rivages, Paris et Marseille, 1988.

l'Homme (l'homme occidental principalement) sur le sublime, cette notion qui désigne « *ce mélange d'attraction et de répulsion éprouvé par l'homme face aux manifestations déchaînées de la nature, le sentiment de sidération, de solitude, de toute-puissance et de terreur mêlées face à son immensité* »¹³⁸. Evidemment nous contournons l'objet de l'exposition (les catastrophes naturelles principalement) pour appliquer le concept de sublime aux parcs nationaux en Tanzanie. Les pratiques de safari, qui nous intéressent ici, les dispositifs et les discours qui les accompagnent, sont historiquement liées à la construction d'un usage de la nature que le touristique perpétue à son tour.

Une Afrique sauvage et originelle

Au Moyen-Âge, les campagnes étaient les obstacles d'un voyage menant aux villes, où l'on trouvait une sécurité relative. Aujourd'hui, la ville africaine repousse les voyageurs et les campagnes sont souvent des destinations privilégiées : Lonely Planet va jusqu'à affirmer que « *le parc national du Serengeti, celui du mont Kilimandjaro ou le cratère du Ngorongoro font rapidement oublier la tristesse des villes du pays* »¹³⁹. Jadis considérées comme obstacles nécessaires, longues distances devant être parcourues sans possibilité de se ravitailler en route, la nature était synonyme de danger¹⁴⁰. Si cette réalité en est encore une pour de nombreuses personnes dans le monde, l'art et le tourisme ont construit une autre image, le développement des infrastructures et des transports ont construit un autre usage : une nature que l'on visite, que l'on contemple en tant que source d'émerveillement. Et il semble que plus la nature soit restée « vierge et sauvage », plus l'émotion soit grande. Roderick P. Neumann propose, après Crandell, de retracer la généalogie de l'esthétique de la nature à travers l'histoire des représentations artistiques notamment, avec l'idée que « *'framing' nature in painting, whether pastoral or sublime, transformed it into picturesque scenery,*

¹³⁸ Voir description de l'exposition : <http://www.centrepompidou-metz.fr/sublime-les-tremblements-du-monde>

¹³⁹ Voir la description générale de la destination sur le site de *Lonely Planet*. URL:<http://www.lonelyplanet.fr/destinations/afrique/tanzanie-et-zanzibar>.

¹⁴⁰ Voir URBAIN, Jean-Didier, *L'idiot du voyage. Histoires de touristes*, Payot & Rivages, 2002.

where the observer is placed safely outside the landscape »¹⁴¹. Avec la colonisation, l'Afrique devenait une sorte de réserve d'une nature définitivement perdue dans une Europe industrialisée, qu'il convenait donc de conserver : « *It is principally the vision of Africa as earthly Eden – a romanticized wilderness in opposition to the decadent metropole – that underpins the historical development of the national park ideal in colonial Africa* »¹⁴². En Tanzanie, l'histoire des perceptions de la nature, l'histoire de la conservation et l'histoire du tourisme sont intimement liées. Les politiques de conservation coloniales défendues par des associations comme la *Society for the Preservation of the Fauna of the Empire*, l'*UICN*, ou la *WWF*, trouvaient en effet écho dans une certaine conception de la nature, dont le tourisme naissant se servait à son tour. Sans trop nous avancer dans notre argumentation, nous pouvons donc affirmer que l'imaginaire de la nature a servi d'instrument à la conquête coloniale en transformant une conquête des sociétés humaines en une conquête de la nature : « *Parks help to conceal the violence of conquest and in so doing not only deny the Other their history, but also create a new history in which the Other literally has no place* »¹⁴³. Cette dynamique participa par ailleurs à la division spatiale entre espace de production et espace de consommation. Cette dualité est encore aujourd'hui, à travers les résistances relatives aux politiques de conservation, source de conflit. Nous l'avons vu dans le chapitre 1, les politiques de conservation ont été maintenues et les parcs nationaux multipliés à l'indépendance, signe d'un glissement entre instrument de conquête coloniale et instrument de gouvernement national.

Dans le monde discursif du tourisme tanzanien contemporain, certaines expressions maintiennent cette idée d'une nature à consommer telle quelle, puisque justement elle ne produit rien, puisqu'elle serait restée à l'écart de la folie d'une mondialisation productiviste : jardin d'Eden bien sûr, « *pristin* » (vierge) ou « *untouched nature* ». Et pas seulement dans un but marketing, car c'est un vocabulaire qui légitime aussi politiquement l'éviction des activités humaines des

¹⁴¹ NEUMANN, Roderick P., *Imposing Wilderness. Struggles over Livelihood and Nature Preservation in Africa*, University of California Press, Berkeley, 1998, 256 p.

¹⁴² Idem, p. 18.

¹⁴³ Idem, p. 31.

parcs nationaux, en niant les interactions homme-milieu antérieures aux politiques de conservation :

« If we allow human activities inside the park, they are going to destroy the natural, the pristin of the national parks. That's why our government, since 1959, when the national parks were formed, they work on it. That's why up to now they are looking good, natural. »

Employée de la TANAPA, entretien au KILIFAIR le 3 juin 2016.

Ce cadre de pensée d'une nature vierge dénuée de toute interaction avec les activités humaines est relayé, et perpétué, par les pratiques de safari.

Pratiques de safari

Sergio Dalla Bernardina nous rappelle que *« la nature sauvage n'existe que dans la perception de celui qui y pénètre. Dans tous les cas, il s'agit de dimensions construites par l'homme, qui en décide à chaque fois les frontières, les caractéristiques et les modes d'emploi »*¹⁴⁴. Lorsque l'on se rend dans les parcs nationaux pour un safari, la première perception de la frontière consiste en une sorte d'épreuve physique : la route bitumée s'arrête soudainement pour laisser place à une route caillouteuse et poussiéreuse, et au guide de le souligner : *« Maintenant commencent les massages gratuits ! »*. Cette sensation est doublée par un discours, qui nous rappelle étrangement quelque chose ... *« Ici, c'est comme le jardin d'Eden : les gnous, les zèbres, les Maasaï, les vaches, tout le monde ensemble. »*. Notons ici qu'on ne comprend pas bien ce qu'est le jardin d'Eden lorsque l'image est utilisée touristiquement : est-ce le Ngorongoro, ce qui assimilerait la figure du Maasaï au premier homme, ou est-ce le Serengeti, qui est tour à tour « jardin d'Eden » et « royaume des animaux » ? Peu importe, supposons-nous, tant que le discours réfère à des temps *immémoriaux*. Evidemment, la présence des véhicules de safari dans les parcs dénote dans cette image d'une nature sauvage. Le propre du touriste et des activités touristiques étant de se différencier de l'autre en maintenant une situation d'exclusivité, un certain discours est mis en place. Le guide nous avertit ainsi au début de notre

¹⁴⁴ DALLA BERNARDINA, Sergio (dir.), *Terres incertaines*, Presses universitaires de Rennes, 2014.

safari que « *les animaux aussi seront là pour vous observer* », ce qui permet de créer une réciprocité dans l'échange (avec les animaux, certes) et donc une certaine légitimité à notre présence. Ce genre de remarque souligne également que le territoire sur lequel nous pénétrons est le leur, que nous ne sommes pas au zoo, et que ce territoire est réellement naturel, la présence de l'homme étant exceptionnellement tolérée. Après 3 jours où nous avons pris l'habitude de rencontrer des animaux sur la route, nous constatons de concert qu'en fait les animaux n'avaient pas du tout peur des voitures, ce que le guide concéda en nous disant qu' « *ils ont l'habitude ...* ».

Il est vrai également que ce discours est modéré par un récit assez honnête de notre guide sur l'histoire du Serengeti et du Ngorongoro, bien que celle-ci soit « adoucie ». Nous parlant de l'éviction des Maasaï du Serengeti vers le Ngorongoro, notre guide nous expliqua en effet : « *On ne peut pas dire qu'ils les aient chassé, mais ils les ont emmené au sud du Serengeti. Maintenant c'est le Ngorongoro.* ». Je doute néanmoins que cette histoire-là soit relatée à tous les groupes de touristes. Le directeur du tour opérateur ainsi que le guide employé pour l'occasion savaient en effet que je menais une recherche sur le tourisme dans le nord tanzanien, et il est fort probable que le discours ait été adapté à ma présence. Le partage de mon sujet de recherche à mon père et sa compagne les a également poussé, il me semble, à poser des questions sur l'histoire des parcs et aussi à jouer, non sans humour, sur le discours que je leur disais étudier (notamment l' « authenticité » des Maasaï).

Au-delà des animaux, le paysage est en lui-même source d'émerveillement. Les plaines du Serengeti sont en effet impressionnantes par la sensation d'immensité qu'elles procurent. Le guide, conscient de notre émotion, souligna encore le trait en nous demandant : « *Avez-vous déjà vu un horizon comme celui-ci ?* ». Le caractère « sublime » de la nature passe donc ici en partie par la topographie des espaces qui donnent à croire que ceux-ci ne sont pas à taille humaine, et sont définitivement faits pour les autruches, les éléphants et autres guépards ... Mais l'émotion paysagère atteint son climax quand la lumière du crépuscule sur la savane ponctuée d'acacias rappellent les clichés que l'on a pu voir de nombreuses fois à la télévision, au cinéma, ou dans le magazine *National Geographic*. Une

émotion qui se manifeste davantage par le corps que par le discours. Sans mot dire, la compagne de mon père laissa ainsi couler une larme d'émotion sur sa joue, jusqu'au coin de son sourire, en contemplant les dernières lueurs du jour tomber sur les herbes jaunes et les zèbres paissant ...

L'apprentissage le plus efficace de l'idée d'une nature sauvage passe, je crois, par le corps ; Gilles Brougère parle de « *connaissance incorporée, relevant de sensations, d'images, de la relation du site au corps* »¹⁴⁵. Lorsque l'on campe au Serengeti, il y a une série de règles à respecter. Et notamment ne pas marcher seul la nuit, même quelques mètres pour rentrer dans sa tente. Les moments où nous sommes hors de la protection du véhicule, nous mettons ainsi potentiellement notre corps en danger. Ce danger potentiel est par ailleurs accentué par les blagues assez courantes en safari qui jouent sur la peur des prédateurs. Mais lorsque l'on entend, au milieu de la nuit, un lion rugir à quelques mètres de la tente, l'accélération des battements de notre cœur nous apprend *physiquement* que l'homme n'est pas maître en ces lieux et que, décidément, c'est une drôle d'idée que de jouir de la nature de cette manière¹⁴⁶.

Les pratiques de safari, leur existence même, dépendent donc de notre conception de la nature. Pour ceux qui ne verraient pas la spécificité de ces pratiques, nous leur proposons d'imaginer à la place un safari où l'on mettrait en valeur les pratiques humaines qui ont participé à la formation des paysages (pâturages, feux de brousse), à la limitation des épidémies, et les pratiques culturelles qui ont permis la conservation de la faune et de la flore. Ici, la nature se présente « sous cloche », l'homme étant toujours extérieur à celle-ci. Et quand l'homme est présent en safari, il se doit d'être authentique. Un safari n'est en effet pas vraiment complet sans une visite des Maasaï ...

¹⁴⁵ Il ajoute également : « *Dans ces conditions, elle peut être difficile à verbaliser et à documenter pour le chercheur tant elle est liée à une expérience du corps et des sens* ». BROUGÈRE, Gilles, « Le corps, vecteur de l'apprentissage touristique. », in *Le tourisme comme expérience. Regards interdisciplinaires sur le vécu touristique.*, Presses de l'Université du Québec, 2015, p. 183.

¹⁴⁶ Les notes de terrain utilisées sont tirées d'un safari au Serengeti, Ngorongoro et Manyara du 16 au 20 mai 2016.

Chapitre 6

Les Maasaï : des produits touristiques concurrencés ?

*« J'héberge trois tribus maasaï sous mon lit,
Dont les mioches ont appris à fondre sur Paris.*

[...]

Je suis une bande ethnique à moi tout seul,

C'est écrit sur ma gueule »¹⁴⁷

La Rumeur feat. Serge Teyssot-Gay, « Je suis une bande ethnique à moi tout seul », album *Du cœur à l'outrage*, 2007.

Difficile de passer à côté de la figure des Maasaï, en Tanzanie comme ailleurs. Rares sont ceux qui n'ont jamais entendu ce nom, qui résonne à l'esprit de beaucoup comme la quintessence même d'une Afrique éternelle. Comme le souligne J-P. Colleyn et F. Devillez, « *il existe une sorte de 'hit parade' des peuples 'primitifs', au sens où ils font l'objet d'un engouement particulier : il s'agit toujours de peuples présentés comme irrédentistes, qui refusent l'assimilation et se battent pour préserver leurs 'coutumes ancestrales' : les Dogon, les Touaregs, les Maasaï, les 'Bushmen', les Pygmées.* »¹⁴⁸. Cette imagerie héritée en partie de l'anthropologie coloniale, relayée, encore une fois, par les médias, est une merveilleuse ressource touristique dans le cadre de ce que l'on appelle « tourisme culturel ». Même si le programme de tourisme culturel (CTP) de la TTB s'efforce de diversifier les groupes mis en tourisme, on ne peut que constater que l'image des Maasaï reste largement dominante dans la recherche du « local ».

¹⁴⁷ Le sens de ces paroles de rap sont ici modifiées dans l'usage que nous en faisons. Nous y voyons une bonne image de la mise en tourisme des ethnies et des tensions qu'elle suscite ; les auteurs parlent eux des stigmatisations raciales en France. La référence aux Maasaï montre cependant l'aura de ceux-ci, classés au *hit-parade* des ethnies.

¹⁴⁸ COLLEYN, Jean-Paul et DEVILLEZ, Frédérique, « Le tourisme et les images exotiques », *Cahiers d'études africaines*, janvier 2009, p. 583-594.

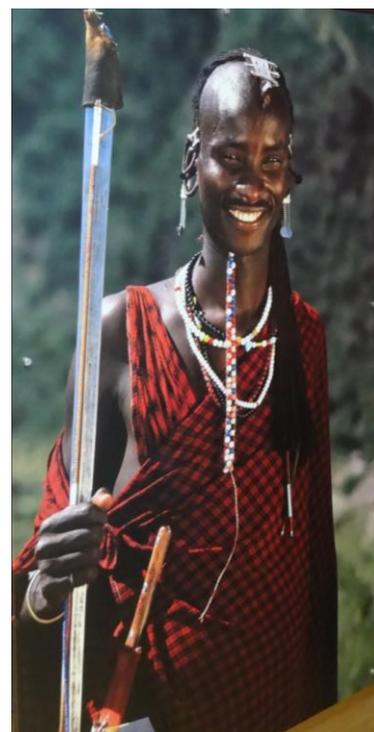
Les Maasaï, une image touristique

La « maasaï-mania » remonte aux premiers écrits coloniaux, lorsque les administrateurs-explorateurs furent impressionnés par le mode de vie de ces pasteurs nomades évoluant dans un environnement aussi dangereux que la savane africaine. Plus tard, l'administration britannique en Afrique de l'est, qui cherchait à créer une image des « indigènes » comme « noblement différents », mis en lumière les Maasaï¹⁴⁹. Leur mode de vie, leur tenue, leurs bijoux, leurs armes, leurs traditions y étaient bien sûr pour beaucoup. Mais la dimension raciale était très présente : à l'instar des Tutsi au Rwanda, les Maasaï sont considérés comme « nilotiques », et par conséquent plus nobles, plus courageux et plus aptes que les « bantou ». Leur apparence noble reposait donc sur les critères que l'on attribuait aux nilotiques : grands, élancés, de teint plus clair, fiers, aux traits fins.

Aujourd'hui, si la dimension raciale est certes moins présente dans notre perception des Maasaï, elle est néanmoins là. Dans l'imaginaire collectif, le Maasaï est grand, mince, fort et fier. Et lorsque l'on nous parle des Maasaï, est toujours souligné ce mythe¹⁵⁰ nilotique.

Noel B. Salazar retrace l'histoire de la représentation des Maasaï dans les médias à travers une analyse des portraits ethnographiques dressés par le cinéma¹⁵¹. Il constate que la figure du *moran* (classe d'âge des « guerriers », traditionnellement chargés de protéger la communauté et les troupeaux) est largement utilisée en tant que symbole, à la fois de l'Afrique et de la primitivité. Ils apparaissent dans des films dont

Figure 6 : Représentation classique du guerrier maasaï



Source : Illustration à l'entrée de la NCA

¹⁴⁹ SALAZAR, Noel B., « Imaged or imagined ? Cultural Representations and the “Tourismification” of Peoples and Places », *Cahiers d'études africaines*, janvier 2009, p. 49-72.

¹⁵⁰ Les migrations des Maasaï depuis la vallée du Nil ont sûrement été un jour une « histoire », mais la manière dont celle-ci est racontée en fait un véritable mythe puisqu'elle crée une sorte d'aura autour d'eux et une justification à la différence.

¹⁵¹ SALAZAR, Noel B., « Imaged or imagined ? Cultural Representations and the “Tourismification” of Peoples and Places », *Cahiers d'études africaines*, janvier 2009, p. 49-72.

le sujet est parfois très éloigné de l'Afrique, comme *Independance Day* (1996) ou *Lara Croft Tomb Raider : The Cradle of Life* (2003), toujours en tant que *symboles*. Ces Maasaï sont relégués à l'écran à des rôles de figuration, ne parlent pas, mais doivent néanmoins être vêtus de manière à ce qu'on les reconnaisse : une shuka rouge, une lance, un couteau, des bijoux en perles blanches, de fines dreadlocks plaquées sur le crâne si possible (voir figure 6 page précédente).

Dans le monde touristique également, les Maasaï sont généralement réduits à une image, à un symbole, dans le marketing¹⁵² ou dans la pratique touristique. En Tanzanie, les guides ironisent en affirmant que les touristes ne recherchent pas les *Big Five*, mais les *Big Six* ! Les Maasaï venant compléter la liste du tableau de chasse photographique... Partie intégrante de la plupart des safari, la visite d'un *boma* (village) culturel maasaï est une véritable chasse à l'image. Il ne s'agit en effet pas d'être introduit à la culture ou à l'histoire des Maasaï, mais bien de voir, et d'emporter, l'image des Maasaï, de ressentir l'altérité profonde et l'exotisme du voyage à travers l'expérience.

Il faut néanmoins se détacher de l'idée que les touristes veulent à tout prix voir les Maasaï. La visite d'un *boma* maasaï fait en effet partie du circuit, il faut préciser si l'on ne veut pas s'arrêter, et ce pour plusieurs raisons : les chauffeurs, guides et tour-opérateurs font leur propre interprétation de la demande touristique qui comprend donc pour eux la visite des Maasaï, mais aussi car l'argent de la visite est souvent divisé entre la communauté et le guide-chauffeur pour qui l'arrêt est donc également une opportunité de gagner facilement de l'argent. Dans notre safari dont nous avons déjà parlé, la visite des Maasaï n'était pas prévue au programme, et lorsque le guide nous proposa sur la route de nous arrêter dans un village après nous avoir expliqué très brièvement leur mode de vie en nous les montrant sur la route des parcs nationaux, la réaction fût d'abord de répondre : « *Non, moi ce que je veux, ce sont des paysages et des animaux. Les gens, c'est ridicule, on n'est pas au zoo !* ». Mais peu à peu, la curiosité l'emporta, et fût décidé que nous nous arrêterions. Pour environ 50\$, « *vous pouvez prendre autant de photos que vous voulez !* ». En descendant du véhicule, nous étions donc trois, nous fûmes accueillis par un jeune maasaï parlant anglais, qui nous souhaita la bienvenue et

nous invita à attendre un peu pour « la danse de bienvenue » que nous étions supposés prendre abondamment en photos. A l'arrivée de la vingtaine de danseurs (10 hommes – 10 femmes, environ), aucune explication n'est donnée, aucune n'est demandée, et la danse peut commencer.

Figure 7 : Danse "de bienvenue" maasaï



Source : auteur

Nous sommes fortement incités à participer nous-mêmes à la danse : le sourire figé, la compagne de mon père rejoint le groupe des femmes, et mon père me tend un bâton maasaï en me poussant à rejoindre celui des hommes¹⁵³. La même invitation à se mêler aux danses a été observée lors de la visite d'un boma maasaï à Mto wa Mbu, lors d'un circuit culturel à vélo¹⁵⁴. Aurélie Condevaux remarque, à partir des performances touristiques en Polynésie, que « *la participation aux danses fait ici ressentir, par le corps, une altérité qui est par ailleurs donnée à voir* »¹⁵⁵. La sollicitation à la danse avec les Maasaï relève de la même logique : en performant nous même le spectacle qui nous est donné à voir, nous apprenons physiquement des mouvements qui ne nous sont pas familiers, soulignant ainsi la différence fondamentale entre *eux* et *nous*. Une différence fondamentale qui se

¹⁵² Revoir annexe 5

¹⁵³ Notes de terrain issues, encore une fois, du safari réalisé du 16 au 20 mai 2016.

¹⁵⁴ Note de terrain du 6 juillet 2016.

trouve aussi matérialisée dans les souvenirs proposés. Parmi les colliers et bracelets en perle, nous trouvons également la fameuse « dent de lion ». Pour Cassy M. Hays, ce « mensonge » (la dent est en fait de l'os de vache, on s'en doute ...) symbolise la proximité des Maasaï avec la nature en rappelant la traditionnelle chasse initiatique du lion (désormais interdite). Ce faisant, pour l'auteure, ce souvenir de safari participe à « *racialiser la nature* » en matérialisant une différence profonde entre les touristes blancs et ces pasteurs-guerriers noirs¹⁵⁶. L'achat de souvenirs est en effet incontournable dans la visite d'un boma maasaï. Ceux-ci sont installés le long de l'espace circulaire central, censé abriter le bétail pendant la nuit, dans les boma culturels du Ngorongoro spécialement construits pour le tourisme¹⁵⁷. Dans un autre contexte, en visite d'un boma maasaï à Mto wa Mbu qui accueille quelques groupes de touristes mais n'a pas été construit spécialement dans ce but, certains dispositifs doivent être adaptés. Ainsi, en entrant dans le boma, nous sommes invités à patienter quelques instants dehors, « *le temps qu'ils se préparent* ». J'aperçois un homme partir cacher un outil de laboure derrière une hutte (ce sont des pasteurs, tout de même !), et nous constatons que certains s'activent pour revêtir leurs bijoux. Nous sommes enfin invités à rentrer. Puis la traditionnelle danse. Puis la visite d'une hutte, où le couple de touristes que j'accompagne s'étonne de la montre numérique que porte un des Maasaï qui nous accompagne. En sortant, nous sommes surpris de voir que les 5 minutes durant lesquelles nous écoutions à l'abri des regards la description du style de vie des Maasaï tout en *expérimentant* l'exiguïté de l'espace, les femmes du villages avaient installé quantité de bijoux et de souvenirs, le long de l'espace central du village, sur des draps à même le sol.

Dans les deux contextes, la mise en scène de l'authenticité n'est pas sans rencontrer certaines résistances auprès des touristes. Au Ngorongoro, si nous n'étions pas au courant que le boma était spécialement là pour le tourisme, nous visitons le village avec de la gêne, en fait assez pressés de repartir. Plus tard, en

¹⁵⁵ CONDEVAUX, Aurélie, « Rencontres touristiques polynésiennes », in *Le tourisme comme expérience. Regards interdisciplinaires sur le vécu touristique.*, Presses de l'Université du Québec, 2015, p. 97.

¹⁵⁶ HAYS, Cassie M., « The lie of the lion: racialization of nature in the safari souvenir », *Environmental Sociology*, vol. 1 / 1, janvier 2015, p. 4-17.

leur demandant ce qu'ils avaient pensé de l'expérience, j'eus cette réponse unanime : « *C'est quand même un peu gênant, ça fait un peu zoo, mais bon si cet argent peut les aider à vivre ...* ». A Mto wa Mbu, pendant l'inévitable danse, un touriste se tourna vers moi pour me dire, un peu plus directement : « *On a des fois l'impression qu'ils se foutent de notre gueule. Toi qui parles un peu la langue, tu peux peut-être nous dire ...* ». En d'autres termes, la plupart des touristes sont conscients d'une certaine mise en scène, mais la non-connaissance de *ce qui se joue* laisse une grande marge de manœuvre au guide et aux Maasaï pour l'exploiter. Les touristes sont ainsi capables de déceler l'« arnaque » : à la fin de la visite, en montant sur nos vélos, j'expliquais au couple que les boma du Ngorongoro étaient spécialement dédiés au tourisme, et je me vis répondre que « *c'est vrai que ça avait l'air faux ...* ». Prêts à partir, nos regards tombaient sur la silhouette d'une moto vainement cachée derrière une hutte : nos regards se croisèrent, et nous rigolâmes.

Tourisme culturel en Tanzanie : "Visit the people!"

La définition de la « culture » est revisitée par le tourisme culturel. On peut en effet se demander : pourquoi le tourisme dit « culturel » rime-t-il avec ethnie ? Cela pourrait signifier un tourisme de festivaliers, un tourisme venu pour découvrir les nouvelles productions musicales de la région, ou encore un tourisme intéressé dans l'art contemporain africain. A Ghorofani, près du lac Eyasi, me préparant pour la visite des Hadzabe, considérés comme les derniers chasseurs-cueilleurs d'Afrique de l'est, je demandais à mon guide pourquoi le tourisme culturel concernait seulement les Hadzabe et les Datoga dans la région :

« - *Because they have culture !* »

Il faut dire qu'il n'était pas très bavard, mais la réponse a le mérite d'être claire ...

« *And the others, they don't have culture ?*

- *No, the others now they go to school, they go to church, they don't have culture anymore* »

Discussion informelle, le 9 juillet 2016 à Ghorofani

¹⁵⁷ Entretien avec le coordinateur d'un bureau délocalisé de la NCAA, le 22 juin 2016. 10 boma culturels ont été construits au Ngorongoro le long des principaux axes touristiques.

La culture renvoie, dans la définition issue du tourisme culturel, à des pratiques ou des modes de vie traditionnels, supposés inchangés depuis ... de nombreuses années Elle supposerait donc un tout cohérent et imperméable, une unité figée et donc, fragile et destructible. Cette notion n'est évidemment pas sans rappeler les temps coloniaux de l'anthropologie. Le tourisme prend à son compte, avec quelques décennies de retard sur les productions universitaires, l'imaginaire d'ethnies repliées sur elles-mêmes depuis ... la nuit des temps ?

La nuit des temps ... C'est précisément ce que l'on vient voir, en visite chez les Hadzabe. J'ai été plusieurs fois mal à l'aise en « observation participante » du tourisme culturel, mais cette expérience chez les Hadzabe a dépassé mes attentes¹⁵⁸. D'autant plus qu'il faut se lever très tôt pour les voir, nous dit-on, un peu comme les animaux en quelque sorte ... Je faisais connaissance avec le groupe que je joignais pour l'occasion, une famille belge en retour de safari, qui disait faire du tourisme culturel « *pour changer des animaux* » et pour « *voir deux, trois tribus locales* », quand tout à coup notre guide nous interpella : « *Look, there is one ! Come to greet him* ». Et nous allions donc saluer l'homme qui se tenait près d'un feu, accroupi dans un creux de roche et vêtu d'une peau de babouin par-dessus son t-shirt ; comme s'il nous attendait ... Suivant directement cette première « rencontre », nous rejoignons un couple d'Anglais en pleine contemplation de trois Hadzabe occupés auprès d'un autre feu, toujours dans le creux d'une roche, à parler et à fumer du tabac « local ». On s'émerveille, commentant : « *On se croirait dans la préhistoire, tu sais, il y avait l'âge de pierre, et ensuite ils ont évolué ...* ». Au moins savent-ils faire du feu¹⁵⁹, et s'emploient à nous montrer comment ils s'y prennent, tout en faisant essayer à chacun des touristes d'allumer le foyer à l'aide d'une tige en bois et de brindilles sèches, en donnant le couvre-chef en peau de babouin aux joueurs, comme pour de vrai. Tout le monde échoue, soulignant là encore par la participation combien est profond le fossé qui nous sépare. Mais rapidement ... « *Time to go hunting !* ». Nous suivons donc les deux chasseurs, armés d'un arc et de flèches empoisonnées, et, remarquant qu'un des deux chasseurs portait un short et un t-shirt largement

¹⁵⁸ Terrain réalisé près de Gorofani, district de Karatu, le 10 juillet 2016.

¹⁵⁹ Le lecteur pardonnera, je l'espère, mon ironie ...

Figure 8 : Avec les Hadza, scène de chasse

usagés, nous nous demandons, infirmant notre angoisse d'arnaque : « *avant, ils ne portaient pas d'habits occidentaux, juste des peaux de babouins ?* ». Une demi-heure plus tard, un troisième homme revient avec un dik-dik (petite gazelle), apparemment tué la veille mais retrouvé le jour même car le poison met du temps à agir, et par chance, les hyènes ne l'ont pas trouvé avant. Quelques deux minutes plus tard, après exhibition de la prise, un feu est allumé « à l'ancienne » (j'ai un briquet dans la poche...) pour griller les poils de l'animal. Puis l'animal est éventré, et on en retire les organes qui sont directement



Photo : auteur

posés sur le feu, puis mangés par les hommes qui l'ont tué. Pendant ce temps, nous sommes six touristes à regarder, certains se demandant sérieusement dans quoi ils se sont embarqués : « *C'est dégueulasse. On va les regarder manger longtemps comme ça ?* ». D'autres se prennent au jeu et goûtent au foie de l'animal, presque carbonisé. Si certains prétendent encore que le tourisme est simplement une histoire de regard ... Avant de nous séparer, nous sommes invités à essayer de tirer à l'arc. Encore une fois, personne ne sait faire. La visite aura duré en tout 1h30, et très peu d'explications données. L'image est plus importante que la culture, les injonctions des guides à prendre des photos ayant été très nombreuses. Ce type d'expérience a pu décevoir un couple de polonais logeant dans une chambre de pension voisine à la mienne. Ceux-ci avaient en effet une grande expérience de tourisme culturel et ethnique, notamment plusieurs semaines passées dans la jungle avec une communauté en Indonésie. En Tanzanie, ils avaient l'impression d'être (trop) « pris pour des portefeuilles » et étaient déçus de ne pouvoir rester que quelques heures avec les Hadzabe. Alexandre Kauffmann, dans son livre *Black Museum* (2015), montre à quel point cette image cache un alcoolisme notoire dans cette communauté. Fait qui me sera confirmé par mon guide, après la visite, en me

disant que l'argent du tourisme leur servait à acheter de l'alcool, du cannabis, et des cigarettes. Je n'ai malheureusement pas pu rester plus longtemps pour l'affirmer moi-même.

Un discours qui dénote fortement avec celui du tourisme culturel comme « tourisme pro-pauvres », « durable » ou « éco ». Le programme de tourisme culturel tanzanien est né en 1995, avec l'appui de l'agence de développement néerlandaise SNV, suite d'une part à la libéralisation du secteur et d'autre part au développement de l'idée d'un tourisme responsable qui profiterait directement aux communautés (community-based tourism) tout en offrant une expérience nouvelle aux visiteurs¹⁶⁰. Le tourisme culturel s'est développé, chapeauté par le CTP, de 1995 à aujourd'hui, pour compter désormais une quarantaine d'initiatives, plus ou moins anciennes et plus ou moins fréquentées. Cela sans compter, bien sûr, le tourisme culturel proposé directement par les tours opérateurs : certains passent par les programmes du CTP, certains proposent leur propre programme. En fait, la carte des programmes de tourisme culturel¹⁶¹ nous montre que ces projets « community-based » sont répartis dans une très large mesure dans le nord du pays, depuis les monts Usambara jusqu'aux frontières du Serengeti, en passant par la région du Kilimandjaro et la région d'Arusha. Le bureau du coordinateur du CTP se trouve d'ailleurs à Arusha. Le tourisme culturel vient donc en complément du tourisme « classique », de safari ou « de nature ».

Le discours du tourisme culturel comme tourisme « pro-pauvres » est par ailleurs non seulement intégré par les acteurs qui proposent ces activités, mais aussi par les touristes eux-mêmes qui trouvent ainsi une justification politique à leur expérience. Ainsi, il est intéressant de noter que, rappelons-le, mon père s'exprimait en ces mots en quittant le village maasaï : « *Si cet argent peut les aider ...* ». Sur le questionnaire de satisfaction auquel j'ai pu avoir accès, donné à la fin de notre visite culturelle de Mto wa Mbu, à la question « *What are your motivations in doing cultural tourism ?* », la réponse fût : « *This is to help local people for hospital/school ...* ». Une partie de l'argent du CTP de Mto wa Mbu est en effet reversée, sous forme de financements de projets, aux « communautés » participant

¹⁶⁰ Entretien avec le coordinateur du CTP, Arusha, le 10 juin 2016.

¹⁶¹ Voir annexe 6

aux activités. On peut finalement dire, dans le cadre du tourisme culturel en Tanzanie, que l'imaginaire touristique rencontre ici un autre imaginaire : celui d'une Afrique pauvre. Les deux se mélangent pour parfois être au cœur des stratégies de persuasion : « *As a tourist, you have to support local people !* »¹⁶².

L'analyse des discours et des pratiques du tourisme culturel peuvent ainsi montrer comment l'imaginaire touristique trouve ses racines dans le passé colonial, comment la pratique non seulement reflète, mais matérialise cet imaginaire, et combien la mise en valeur d'une différence fondamentale passe à la fois par le discours et par le corps. Nous avons vu également l'importance de la recherche de l'image, souvent incitée par les guides qui interprètent la demande touristique. Pour nous, le tourisme culturel en Tanzanie relève d'une culture de l'image. Nous pourrions ainsi penser à faire, à la manière de Hays avec le mensonge de la « dent de lion », une anthropologie des photographies de touristes en retour de voyages pour analyser l'altérité matérialisée.

Nous avons pu dégager dans cette deuxième partie les traits principaux du langage du tourisme en Tanzanie. En construisant un discours et des pratiques relayant cet imaginaire d'une Afrique sauvage riche de cultures *authentiques*, le touristique ne crée pas seulement une « bulle pour touristes ». Ce cadre de conceptions et de préconceptions peut également, nous essayerons de le montrer dans notre troisième partie, constituer un langage du politique.

¹⁶² Une phrase que l'on entend régulièrement dans la rue, notamment par les « flycatchers ». A ce sujet, suivre le travail de Martin Loeng sur les stratégies de vente de ceux-ci.

3^{ème} Partie

Le touristique : un langage du politique

Les liens entre le touristique et le politique ont déjà été introduits, et sont par ailleurs diffus dans l'argumentation que nous avons déjà parcouru. Nous proposons ici de considérer le touristique comme un *langage* du politique. Comme tout langage, il utilise un vocabulaire bien à lui, hérité mais perpétuellement produit et reproduit par sa pratique. Comme tout langage également, avec ses règles et son système de signification, il crée un cadre d'expression et de pensée. Comme tout langage, il peut par la *rhétorique* permettre de légitimer une idée. Le touristique est un langage du politique. En d'autres termes, la rhétorique touristique permet à la fois de créer un cadre de référence aux politiques publiques, peut permettre de légitimer certains mécanismes de domination et de résistances, et sert aussi l'écriture des identités nationales. Ainsi, le touristique nous *parle* d'une « nature » à conserver, nous *parle* du mythe de la nation, et nous *parle* d'une certaine insertion dans la mondialisation.

Chapitre 7

Usages politiques du touristique

« Large cities continue to proliferate. In the coming decades and centuries, men will not travel to view the marvels of engineering, but they will leave the dusty towns in order to behold the last places on earth where God's creatures are peacefully living. Countries which have preserved such places will be envied by other nations and visited by streams of tourists. »

Extrait du documentaire *Serengeti shall not die*, 1959.

L'Afrique serait-elle donc la réserve naturelle de ce monde ? Grand réservoir des richesses tant convoitées de son sous-sol, elle devrait également préserver sa nature pour le bien de l'humanité, et pour son propre bien puisque celle-ci est susceptible d'apporter des « flots de touristes » et de devises. Bernard et Michael Grzimek, auteurs de l'extrait en exergue, n'avaient pas pour but explicite de créer une industrie touristique en plaidant pour la conservation de l'écosystème du Serengeti : le tourisme est ici invoqué pour légitimer les politiques de conservation. Aujourd'hui l'inverse est sûrement tout aussi vrai : la conservation est invoquée pour servir l'industrie touristique. Tourisme et conservation, en Tanzanie, ne vont pas l'un sans l'autre. Le touristique est un instrument de pouvoir dans ce « gouvernement de la nature »¹⁶³ et des Hommes car, comme le rappelle Alice Baillat, « la formulation de nouvelles politiques est davantage le résultat d'activités discursives que d'un savoir scientifique neutre et objectif »¹⁶⁴. Mais,

¹⁶³ LOLOUM, Tristan, « Le gouvernement de la nature - Tourisme et institutions environnementales dans le Nordeste brésilien », *L'Espace Politique. Revue en ligne de géographie politique et de géopolitique*, avril 2016, [En ligne : <https://espacepolitique.revues.org/3716>].

¹⁶⁴ Alice BAILLAT, « Pour une approche discursive des politiques publiques environnementales », *CERISCOPE Environnement*, 2014, [en ligne], consulté le 08/12/2015.

pour autant, la rhétorique touristique est-elle simplement un *instrument de domination* ou peut-elle être également une *ressource* pour les dominés ?

Politiques de conservation et contrôle des espaces

Pour contrôler un espace, quel meilleur moyen que d'y interdire toute présence humaine ? Les politiques de conservation ont depuis la colonisation permis de mieux contrôler les mobilités. En créant un maillage complexe d'aires protégées, du parc national à la *game controlled area*, qui définissent autant de droits et d'interdictions, c'est autant la nature que l'Homme que l'on gouverne. Nous l'avons vu, les politiques de conservation de l'environnement n'ont pas fondamentalement changé depuis l'indépendance en Tanzanie, voire même se sont accentuées. Les politiques de conservation sont très extraverties : les puissantes ONG conservacionnistes comme WWF, l'IUCN, la Frankfurt Zoological Society, ou encore des organisations internationales comme l'UNESCO, jouent un rôle moteur dans la définition des politiques comme dans leur mise en place¹⁶⁵. Tellement extraverties, à vrai dire, que certains parlent pour désigner ces politiques de conservation, en Afrique particulièrement, de néocolonialisme, voire même d' « éco-colonialisme » avec ses « éco-fondamentalistes » et ses « éco-missionnaires »¹⁶⁶. Ce parallèle avec le vocabulaire religieux n'est pas sans fondement : la protection de la nature est entourée d'une aura presque sacrée. Cet imaginaire crée une « machine antipolitique »¹⁶⁷ : la « protection de l'environnement », tout comme la « lutte contre la pauvreté » et ses « politiques de développement », ne peut pas être éthiquement rejetée en tant que telle. Ces politiques de conservation, évidemment, relèvent de choix et de stratégies politiques. Le touristique joue un rôle essentiel dans cette dynamique. D'une part car, comme nous l'avons vu dans le chapitre 5, le tourisme a diffusé l'idée d'une différenciation d'usage entre espace de production et espace de consommation avec pour corollaire la création du parc national. Et d'autre part car le tourisme, et donc la nature, est un sujet économiquement très sérieux, et qu'il s'agit donc de

¹⁶⁵ GASCON, Julia, *Patrimoine mondial et compétition politique : l'extraversion comme logique d'adaptation, de projection et de résistance*, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne, 2013, 142 p.

¹⁶⁶ MOWFORTH, Martin et MUNT, Ian, *Tourism and Sustainability. New tourism in the Third World*, Routledge, 1998p. 50.

conserver les produits touristiques moteurs de l'industrie : la faune, la « nature », les Maasaï, etc. Prenons, par exemple, le cas du Ngorongoro.

Le Ngorongoro est le premier site touristique en Tanzanie, en termes de fréquentation comme de revenus. La NCAA est chargée d'administrer la zone, classée au patrimoine mondial de l'humanité en tant qu'héritage mixte : à la fois héritage naturel, culturel, et depuis peu géologique¹⁶⁸. La gestion de ce patrimoine mondial à préserver passe par un contrôle étroit de la nature et des Hommes qui y vivent. Une dynamique à laquelle le tourisme participe fortement :

« *Tourism has also shaped the way we protect or conserve the protected areas.*

- *How ?*

We'd like to keep them as natural as possible, so that tourists will keep on coming and see the way it is »

Entretien avec le coordinateur d'un bureau délocalisé de la NCAA, 22 juin 2016.

Cette volonté de conserver le lieu « aussi naturel que possible » passe par une stricte définition de l'usage des espaces. La NCA est en effet divisée en plusieurs zones. La *Crater Zone* (cratères du Ngorongoro, Olmoti et Empakai) constitue le cœur de la conservation ; la *Catchment Forest Zone* ; la *Development Zone*, qui comprend les larges terres de pâturages pour les Maasaï ; la *Oldupai Sub Zone and External Use Zone*. Chaque zone est définie par des règles précises et strictes, allant de la gestion florale et faunique à la prescription de calendriers et de terres spécifiques de pâturages¹⁶⁹. Comme nous le confirme le logo de la NCAA (voir figure 9), la gestion des ressources comprend aussi bien la faune, la forêt, les paysages, que les Hommes et leur bétail. La NCAA entend à ce titre contrôler l'image des Maasaï dans les boma culturels prévus à cet effet.

Le touristique est ici un discours de légitimation aux politiques de conservation, qui sont à leur tour un moyen de contrôler étroitement les territoires et les

¹⁶⁷ FERGUSON, James, *The anti-politics machine*, 1994.

¹⁶⁸ Création du label Geopark sous l'égide de l'UNESCO. Pour plus d'informations, voir GASCON, Julia, *Patrimoine mondial et compétition politique : l'extraversion comme logique d'adaptation, de projection et de résistance*, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne, 2013, 142 p.

¹⁶⁹ Ngorongoro Conservation Area, *General Management Plan 2006 – 2016*, Revised January 2010.

identités. Le touristique est donc un langage de domination. Peut-il être un langage de résistance ?

Figure 9 : Logo de la NCAA



Source : photo prise par l'auteur à l'entrée de la NCA

L'image touristique maasäi : une ressource ?

Ceci une fausse question. Nous avons déjà vu combien l'image touristique des Maasäi était une ressource. Mais en est-ce une pour les Maasäi eux-mêmes ? Il est vrai que « *l'image fonctionne comme la réserve, elle fige* »¹⁷⁰. Au Ngorongoro, le temps *semble* s'être arrêté depuis la création de la zone de conservation, certaines règles des boma culturels étant caractéristiques de cette volonté de mettre sous cloche l'image des Maasäi afin qu'elle reste intacte malgré le temps. Ainsi les constructions modernes sont-elles interdites, et les Maasäi eux-mêmes sont tenus de se vêtir des shukas « traditionnelles »¹⁷¹ dans les boma culturels, sans quoi ce serait « *du vol pour les touristes* »¹⁷². L'image touristique paraît ici être un instrument de domination, confirmé par le fait que le tourisme ne semble pas réellement bénéficier aux Maasäi résidents dans la zone de conservation. Malgré les énormes revenus tirés du tourisme à la NCAA, la zone est une des plus pauvres de « maasäiland ». Cela pourrait s'expliquer par le fait que la NCAA est un

¹⁷⁰ COLLEYN, Jean-Paul et DEVILLEZ, Frédérique, « Le tourisme et les images exotiques », *Cahiers d'études africaines*, janvier 2009, p. 583-594.

¹⁷¹ Produites et importées de l'Inde ou du Pakistan

¹⁷² Entretien avec le coordinateur d'un bureau délocalisé de la NCAA, 18 juillet 2016.

organisme parapublic national, et qu'à ce titre, les bénéfices doivent être redistribués nationalement et non pas localement¹⁷³.

L'imaginaire touristique entourant d'une aura particulière les Maasaï peut, dans une certaine mesure, constituer une opportunité d'emploi et de revenus. En voyageant à Zanzibar, ou à Lamu Island au Kenya, il n'est pas rare de croiser des Maasaï, toujours en shuka rouge, bâton et couteau. Ceux-ci sont souvent employés comme gardiens dans les lodges touristiques qui peuvent ainsi bénéficier de cette image d'authenticité à leurs portes, mais aussi parce que l'imaginaire collectif fait d'eux de bons gardiens, puisque ce sont des guerriers. D'autres (ces deux activités ne sont pas toujours exclusives) déambulent sur les plages et autres hauts lieux du tourisme, en vendant les classiques bijoux et dents de lion. Comme le note Maylis Chauvin, « *le contexte touristique de Zanzibar influence à la marge un comportement de mise en valeur commerciale de leur spécificité culturelle. Ainsi, certains jouent le jeu d'une folklorisation assumée qui favorise leur activité commerciale* »¹⁷⁴. A Arusha, en me promenant dans les rues avec un ami journaliste-vidéaste maasaï, nous rigolions en regardant un « *chagga déguisé en Maasaï* »¹⁷⁵ essayant de vendre ses objets aux touristes passant par là.

Au-delà de l'impact direct de l'image du Maasaï, nous postulons que cet imaginaire peut être un atout dans des univers différents de celui du tourisme. L'imaginaire touristique dépasse en effet la sphère du tourisme et se distille dans d'autres univers : académique, professionnel, ONG, etc. Ainsi, on ne compte plus les ONG travaillant avec les Maasaï, ceux-ci étant la figure même du « local » dans le nord tanzanien. Nous ne souhaitons pas généraliser le propos, car cela nécessiterait une étude des perceptions du personnel des ONG vis-à-vis de leur « population cible », mais nous souhaitons souligner que les Maasaï ont probablement, plus que d'autres groupes, une visibilité accrue sur la scène politique internationale, et notamment par le biais des ONG et des médias. Il suffit de lire les titres des articles journalistiques défendant leur cause pour s'en rendre compte : « Chassés de leurs terres, les Masaï de Tanzanie sont menacés » sur *Rue*

¹⁷³ Idem

¹⁷⁴ CHAUVIN, Maylis, encadré « Maasaïs, passagers de Zanzibar », in Nathalie Bernardie-Tahir (dir.), *L'autre Zanzibar. Géographie d'une contre-insularité*, Karthala, 2008, pp. 369-370.

¹⁷⁵ Note de terrain, date oubliée.

89¹⁷⁶, « Tanzania accused of backtracking over sale of Masai's ancestral land » pour *The Guardian*¹⁷⁷, et « La culture des Massaïs en péril : vous ne partirez plus en safari » dans *Courrier International*¹⁷⁸. Sans compter les pétitions et levées de fonds pour la cause maasaï sur le site de l'ONG *Avaaz*¹⁷⁹. Ici la rhétorique se sert de l'image des Maasaï pour les défendre contre l'accaparement de terres¹⁸⁰, véhiculant l'idée que la communauté est la véritable gardienne de l'environnement à travers les âges. Ces critiques de la gestion de l'environnement rappellent les campagnes contre la déforestation en Amérique du Sud menées bien souvent grâce à l'image des indigènes présentés comme « gardiens de la forêt »¹⁸¹. Ainsi l'imaginaire qui taille une visibilité particulière aux Maasaï sur la scène internationale peut-il être, dans une certaine mesure, une ressource utilisée comme résistance dans une lutte devenue traditionnelle : la lutte pour la terre. Du guerrier maasaï noble et sans histoire à la communauté maasaï garante de la biodiversité, ces plaidoyers internationaux contribuent à la formation d'une nouvelle image venant se greffer aux nouveaux discours écologiques.

¹⁷⁶ BEBIEN Arnaud, « Chassés de leurs terres, les Masai de Tanzanie sont menacés », Rue 89, 27 juin 2010 [<http://rue89.nouvelobs.com/2010/06/27/chasses-de-leurs-terres-les-masai-sont-menaces-156143>]

¹⁷⁷ SMITH David, « Tanzania accused of backtracking over sale of Masai's ancestral land », *The Guardian*, 16 nov. 2014 [<http://www.theguardian.com/world/2014/nov/16/tanzania-government-accused-serengeti-sale-masai-lands>]

¹⁷⁸ « La culture des Massaïs en péril. Vous ne partirez plus en safari », *Courrier International*, 17 fev. 2010 [<http://www.courrierinternational.com/article/2010/02/11/vous-ne-partirez-plus-en-safari>]

¹⁷⁹ Voir notamment les campagnes « Mobilisez-vous pour les Maasaï » [https://secure.avaaz.org/fr/avec_les_masai_b_fr/?pv=59&rc=fb] et « Aidez à protéger les terres Maasaï » [https://secure.avaaz.org/fr/maasai_lands_loc/?pv=758&rc=fb].

¹⁸⁰ Très souvent en médiatisant l'affaire OBC (Ortello Business Corporation) : en juillet 2009, dans le district de Loliondo, 3000 Massaïs furent évacués manu militari par les forces de l'ordre tanzanienne, qui brûlèrent huit villages pour que la compagnie détenue par la famille royale des Emirats Arabes Unis puisse agrandir sa réserve de chasse.

¹⁸¹ Voir CARPENTIER, Julie, « Le tourisme communautaire en Amazonie équatorienne. Une vaste scène théâtrale ? », in Jean-Michel Decroly. *Le tourisme comme expérience. Regards interdisciplinaires sur le vécu touristique*, Presses de l'Université du Québec, 2015, p. 297-309.

Chapitre 8

L'écriture touristique de la nation

« La Tanzanie est le théâtre d'un émerveillement constant, tant pour sa faune, ses plages, ses vestiges et les cimes enneigées du Kilimandjaro que pour sa population. »

Lonely Planet, *Tanzanie et Zanzibar*, En Voyage Editions, 3e éd., 2015, p.4.

Le tourisme est en Tanzanie, en large proportion, un tourisme international. Les attractions sont mises en valeur pour le visiteur étranger, et à ce titre le touristique touche davantage un public international, et ce jusqu'à ce que le tourisme domestique se soit réellement développé. A première vue, on imagine donc mal en quoi le touristique peut permettre le développement du sentiment national. Malgré un usage externe, les icônes et les symboles que crée le tourisme recourent largement le mythe de l'Etat et de la nation : la frontière entre imaginaire touristique et imaginaire national est ici très faible. En créant un récit internationalisé, le touristique participe à l'écriture des mythes de l'Etat et de la nation en procédant par extraversion¹⁸².

Le touristique et les symboles politiques

Guillaume Blanc, dans sa thèse sur « Les territoires des parcs nationaux »¹⁸³, soutient l'idée que les parcs nationaux sont les « *produits d'un travail permanent sur les éléments humains et non-humains du milieu, ils constituent aussi la*

¹⁸² BAYART, Jean-François, « L'Afrique dans le monde : une histoire d'extraversion », *Critique internationale*, n°5, automne 1999.

¹⁸³ BLANC, Guillaume, *Les territoires des parcs nationaux (Canada, Ethiopie, France) : logiques identitaires, patrimoniales et nationales*, Université du Québec à Trois-Rivières - Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne, 2013, 464 p.

matérialisation d'une culture étatique de la nature. Publicisés en tant que symboles de la nation, ils invitent enfin au parcours, à la contemplation et à l'amour du territoire local et, par extension, du territoire national »¹⁸⁴. En menant une étude comparative sur trois parcs situés au Canada, en France et en Ethiopie, il soulève une particularité qui a son importance pour le dernier pays. Alors que la France met en valeur, dans le parc national des Cévennes, la construction paysagère des activités agro-pastorales en patrimonialisant le passé rural de la nation, l'Ethiopie doit composer avec les critères internationaux du patrimoine mondial de l'UNESCO et les critères des organisations conservacionnistes qui définissent la nature comme devant en Afrique être « édénique ». L'imposition de cet imaginaire environnemental à l'Ethiopie empêche donc ce pays, contrairement à la France ou au Canada, de créer un récit national à l'usage de la nation. Cependant, cette dynamique est soumise à réappropriations nationales : tout comme la création de parcs nationaux peut constituer un instrument de pouvoir, la « nature » peut également être une ressource politique dans la construction d'icônes et de symboles de la nation. Ainsi, en Tanzanie, le Serengeti, le Ngorongoro, la faune et le Kilimandjaro comptent-ils parmi les symboles qui représentent l'unité du territoire national. On pense notamment au sommet du Kilimandjaro, renommé « Uhuru Peak » (« Pic de la liberté ») à l'indépendance¹⁸⁵. Le blason de la République Unie de Tanzanie utilise également ces icônes pour représenter la nation, dont l'unité se trouve ainsi symbolisée en partie par les symboles du mont Kilimandjaro et des défenses d'éléphant, socle et structure des composantes de la nation (voir figure 10 ci-contre). Ces symboles politiques et touristiques sont par ailleurs, malgré le caractère

Figure 10 : Blason de la République Unie de Tanzanie



Source : Internet

¹⁸⁴ Idem, p. 5

¹⁸⁵ DASCONE, Juhane, *Les acteurs paysans du tourisme au Kilimandjaro. Ecriture filmique et écriture textuelle comme mode de compréhension des dynamiques géographiques en terre Chagga.*, Thèse de doctorat, Université Toulouse II - Le Mirail, 2009.

léger de notre exemple, relayés commercialement. Les bières industrielles produites en Tanzanie prennent ainsi les noms de : *Serengeti*, *Safari* et *Kilimandjaro*¹⁸⁶. Cela peut paraître anodin, mais notons que ces noms communiquent sur le fait que ces bières sont produites nationalement, ce qui renvoie ces icônes à des identificateurs nationaux.

Tout comme les images du Serengeti ou du sommet enneigé du Kilimandjaro renvoient à un caractère a-anthropique et atemporel, édénique et merveilleux, la nation est couverte de l'illusion de l'évidence. La nation tanzanienne est donc en quelque sorte « naturalisée ».

En voyageant sur le territoire tanzanien, on nous demande régulièrement si nous avons eu l'opportunité de voir les parcs nationaux, lesquels, etc. Quand bien même l'écrasante majorité de la population n'a ni les moyens financiers ni même l'envie de partir visiter les parcs nationaux, il semble que ces espaces, tant vantés sur la scène internationale, soient les sujets d'une fierté nationale. Le tourisme peut alors participer aux sentiments d'appartenance nationale en magnifiant ce qui la représente.

Le touristique participe donc, si ce n'est à la production, au renforcement et à la médiatisation des symboles nationaux. Quand bien même le Serengeti, le Ngorongoro et le Kilimandjaro sont nés d'un imaginaire extraverti, leur image est réappropriée localement pour renforcer leur rôle de symboles politiques. Peut-être devrions-nous y penser sérieusement : lorsque nous visitons touristiquement un pays, c'est en partie le mythe de l'Etat que l'on explore.

***Uhuru na umoja* : L'écriture des identités nationales**

Le tourisme, nous l'avons vu, n'est pas qu'une histoire de symboles et d'images. Il est aussi un récit très concret des identités. Mises en scène, rêvées ou fantasmées, ces identités n'en sont pas moins réellement *dites* et *montrées* dans le cadre touristique. Ce que l'anthropologue peut considérer comme faux parce que mis en spectacle a pourtant des conséquences bien réelles et peut nous informer sur la construction et le récit de la nation. Les enjeux politiques ne sont pas minces dans un pays où l'identité ethnique est ambivalente, la nation tanzanienne devant

¹⁸⁶ Voir annexe 7

transcender les identités particulières, notamment par le biais d'un langage politique de la cohésion faisant de la « tradition » un « *mythe en forme de plus petit dénominateur commun à toutes les cultures du pays* »¹⁸⁷. Nous pouvons ainsi considérer que la devise de la Tanzanie, *Uhuru na umoja* (« La liberté dans l'unité », revoir figure 10), est incarnée par l'image offerte aux touristes de la nation, qui en retour est susceptible de renforcer ce récit.

L'usage de l'imagerie entourant les Maasaï est encore une fois intéressant sur ce point. Historiquement, les Maasaï ont fait l'objet d'une politique particulière de gestion identitaire. La politique de villagisation menée par Julius Nyerere dans les années 70 avait pour but de satisfaire les exigences de la politique de l'ujamaa, mais également pour objectif, par le déplacement des populations, de casser l'identité ethnique en créant de toute pièce des communautés villageoises et en imposant le swahili comme langue nationale. Pour la communauté maasaï, avec la création de « livestock development villages », la villagisation signifiait sédentarisation¹⁸⁸. Le gouvernement tanzanien a toujours voulu « moderniser » le mode de vie maasaï pour qu'il suive le mode de développement national centré sur l'agriculture, et ceci avec des résultats modérés. La culture maasaï, qui se confond avec une culture pastorale, représentait donc l'antithèse de la politique de l'ujamaa. Aujourd'hui encore, si les choses ont bien entendu évoluées, l'identité maasaï se veut profondément différente des autres cultures qui composent le pays. Certains Maasaï appellent ainsi toujours ceux-qui-ne-sont-pas-maasaï « wa swahili » (« les swahili »), peu importe s'ils se définissent chagga, pare, ou samburu. En présentant les Maasaï comme des icônes de la Tanzanie, on peut supposer que cela participe à la réappropriation nationale de leur identité particulière, précisément en la folklorisant. En renvoyant sans cesse la culture maasaï au passé, cette dynamique souligne paradoxalement l'appartenance présente à la nation tanzanienne. Le folklore peut stigmatiser et marginaliser, mais il est également susceptible d'intégrer : les politiques de folklorisation, dont celles

¹⁸⁷ MARTIN Denis-Constant, *Tanzanie : L'invention d'une culture politique*, Presses de la Fondation nationale des sciences politiques & Karthala, 1988, p. 259.

¹⁸⁸ ARHEM, Kaj, *Pastoral Man in the Garden of Eden. The Maasai of the Ngorongoro Conservation Area, Tanzania*, Uppsala Research Reports in Cultural Anthropology, 1985, 123 p.

qui concernent le tourisme culturel, renvoient la culture en question au passé et pose donc la question de la définition identitaire au présent.

Ce mythe d'une nation unie dans la diversité est également incarné à Mto wa Mbu. Ville touristique que nous avons déjà brièvement décrite, sur la route des parcs nationaux, sa position géographique au pied du Rift en fait également un centre de production agricole important. L'approvisionnement en eau et la fertilité des terres en ont fait au cours des années un carrefour de migration. Le tourisme culturel à Mto wa Mbu met largement en valeur cet aspect. Mto wa Mbu est ainsi la ville qui rassemble harmonieusement les 120 ethnies supposées composer la nation tanzanienne. Ce patchwork culturel dans l'unité est présenté aux touristes à travers la visite du village : on s'arrête présenter la culture iraqw, puis on va déguster la bière de banane produite par les chagga, pour ensuite admirer le savoir-faire des sculpteurs makonde, etc. En d'autres termes, chaque ethnie son folklore mais toutes représentent l'unité de la nation. Ainsi célébrée, la nation est médiatisée, mise en scène et incarnée. L'idée est transmise : uhuru na umoja. La mise en forme du tourisme culturel participe donc à la formulation d'un récit de la nation.

Le touristique, par ses discours et ses dispositifs, par les liens intimes qui le lie aux parcs nationaux, et par les pratiques de tourisme culturel, constitue à l'échelle nationale un mode d'écriture de la nation et une formulation de son récit, qui procède par extraversion et réappropriation. Nous proposons dans un dernier chapitre de changer d'échelle pour étudier l'inscription de la Tanzanie dans la mondialisation à travers le tourisme et le touristique.

Chapitre 9

Rente touristique et mondialisation

*« J'en veux à la terre entière,
Ou au moins les trois quarts,
J'ai pour cible ceux qui comme au Paris-Dakar,
Ont pris nos terres pour un terrain de jeu,
Quand ces sales bâtards ne viennent pas pour y
foutre le feu. »*

Le Bavar (La Rumeur), « Le chant des casseurs »,
Album *Nord Sud Est Ouest 2^{ème} Episode*, 2009.

La mondialisation, cette dynamique d'échanges et de flux internationaux qui favorise l'interdépendance des sociétés et des individus, rime avec domination. Les termes de l'échange ne sont jamais parfaitement équilibrés, et l'idée d'« interdépendance » ne doit pas cacher les jeux de pouvoir et les violences symboliques et physiques qui ordonnent le système-monde. Le tourisme, en tant qu'incarnation de la mondialisation des Hommes, et en tant que pratique de loisir, est bien souvent pointé du doigt pour dénoncer les rapports inégaux « Nord/Sud », à l'instar des paroles de rap en exergue. Le tourisme est ainsi dénoncé en tant que nouvel impérialisme, voire même colonialisme, les deux termes étant généralement confondus dans la critique¹⁸⁹. On parle également, avec plus de précision, de néo-colonialisme et d'éco-colonialisme, pour mettre en valeur les nouvelles formes de la domination. La logique est la suivante : tout comme l'impérialisme colonial a organisé le travail et les territoires dans les pays colonisés afin, principalement, d'en extraire les ressources, le tourisme est une nouvelle forme d'impérialisme puisque sont organisés des dispositifs touristiques à usage externe. D'autant plus qu'une large partie des revenus touristiques revient au Nord, et que la clientèle est

¹⁸⁹ Voir pour une synthèse : MOWFORTH, Martin et MUNT, Ian, *Tourism and Sustainability. New tourism in the Third World*, Routledge, 1998, p.46.

essentiellement issue ou assimilée aux ex-pays colonisateurs. Nous entendons dans ce dernier chapitre interroger le tourisme en tant que *rente*, supposant donc l'idée d'extraversion et de conflits pour la rente. Cela nous amènera à voir dans quelle mesure le tourisme est une *ressource*, et comment celle-ci peut devenir un enjeu géopolitique.

Le tourisme comme rente, exercice de style

Géraud Magrin, dans son *Voyage en Afrique rentière*, aborde la rente en la définissant de manière très large comme « *un flux de revenus déconnectés d'activités de production situées dans les territoires bénéficiaires* »¹⁹⁰. La rente peut ainsi désigner des objets aussi différents que le pétrole, les minerais, la pêche, les migrations (par les flux financiers rapatriés), une situation géopolitique, la démocratie, ou le tourisme. S'il faut se méfier des concepts qui englobent des réalités contrastées, nous essayerons ici de tester cette approche sur notre objet. Le tourisme peut être considéré comme une rente, puisque les revenus qu'il génère sont déconnectés de toute activité de production. Si l'on pousse un peu, nous pourrions dire que le tourisme-safari est la rente par excellence puisqu'il se base sur la contemplation de paysages créés par l'éviction de toute production humaine. La nature de la rente, car elle ne dépend pas d'activités de production, mène – inexorablement dirons certains-, à un conflit pour le contrôle de celle-ci et donc des revenus qui lui sont liés. Les lecteurs familiers de la littérature sur la rente ne seront pas surpris que l'on entende ici introduire les théories de l'Etat rentier. Celles-ci affirment à partir de l'étude de l'extraction pétrolière et minérale que la présence d'une rente, si elle est assez conséquente, permet à l'Etat de se développer et de se financer extérieurement à la société qu'il est censé gouverner. Les revenus de la rente lui permettent de ne pas développer de système fiscal efficient, et par conséquent le système étatique ne serait pas redevable (idée d'*accountability*) à sa population. Suscitant un système de redistributions

¹⁹⁰ MAGRIN, Géraud, *Voyage en Afrique rentière. Une lecture géographique des trajectoires de développement*, Publications de la Sorbonne, Paris, 2013, 424 p.

clientéliste et néopatrimoniale¹⁹¹, l'Etat et la société se construiraient séparément, ce qui expliquerait en soi les situations autoritaires. Peut-on dès lors considérer le tourisme selon cette lecture rentière ?

Anne Doquet constate que le tourisme au Mali est profondément lié aux politiques culturelles en remarquant que les deux secteurs ont longtemps été rassemblés au sein d'un seul ministère¹⁹². En Tanzanie, c'est le *Ministère des Ressources Naturelles et du Tourisme* qui nous force de constater d'une part que le tourisme dépend du même ministère que l'or ou les diamants, et que d'autre part la culture est comprise, avec les parcs nationaux, dans ce même ministère au sein du « département des antiquités ». La nature et la culture seraient donc en Tanzanie des ressources à extraire pour gérer leur mise en marché ? Si l'on continue à considérer le tourisme comme rente, nous pourrions participer à la déconstruction déjà bien entamée¹⁹³ des théories de l'Etat rentier et de la malédiction des ressources. En effet, comme nous l'avons vu, la « rente naturelle » comme la « rente culturelle » sont réappropriés par l'Etat et la société en Tanzanie dans le cadre du récit national. La rente ne participe donc pas à créer une distance entre l'Etat et la société, bien plutôt le contraire en créant une appartenance symbolique. D'autre part, le tourisme ne suscite pas outre mesure de conflits pour le contrôle de la rente, en tout cas pas davantage que tout autre secteur productif soumis à la compétition. Par ailleurs, cette rente-là serait en théorie multipliable à l'infini puisque la contemplation des paysages relève de l'immatériel. Nous arrivons aux limites de notre exercice de style. Considérer le tourisme –en tant qu'activité et secteur- comme une rente mène à une impasse. Cette idée sous-estime en effet la *productivité* du secteur. D'une part en considérant le tourisme uniquement sous l'angle de ses attractions. En allant voir la Tour Eiffel ou le Serengeti, je dois également me nourrir, me loger, éventuellement boire un verre et acheter de l'artisanat « local », c'est-à-dire alimenter un système de productions. D'autre part

¹⁹¹ Voir MEDARD, Jean-François, « L'Etat néopatrimonial en Afrique noire », in J.-F. Médard (dir.), *États d'Afrique : formations, mécanismes, crise*, Karthala, 1992.

¹⁹² DOQUET, Anne, « La force de l'impact », *EspacesTemps.net*, 2010, (« Travaux »), [En ligne : <http://www.espacestems.net/articles/force-impact/>].

¹⁹³ Voir notamment HACHEMAOUI Mohammed, « La rente entrave-t-elle vraiment la démocratie ? Réexamen critique des théories de « l'État rentier » et de la « malédiction des ressources » », *Revue française de science politique*, 2012/2, Vol. 62, p. 207-230.

car l'approche par la rente laisserait à penser, en Tanzanie, que les attractions touristiques du pays sont objectivement des ressources-rente, telles des gisements pétroliers qu'il suffirait d'exploiter. C'est méprendre, comme nous avons tenté de le montrer jusqu'ici, que le tourisme est défini par une certaine matrice de perception du monde historiquement *construite* : le touristique. Ainsi, le tourisme relève bien d'une activité productive, même si celle-ci est immatérielle et discursive. Si nous suivons la définition de G. Magrin, le tourisme n'est donc pas une rente. Cependant, le touristique en est une ; ou pour être plus précis, le touristique est une *rente partielle*. Une *rente* car cette manière d'appréhender les espaces et les identités génère des flux de revenus par le biais du tourisme, et est historiquement construite à l'extérieur du « territoire bénéficiaire ». Une *rente partielle* puisque comme nous l'avons vu dans le chapitre 3, la fabrique du touristique ne saurait être unilatérale, l'imaginaire étant un répertoire utilisé également par le territoire en question pour se promouvoir en tant que destination. Considérer le touristique – et non le tourisme – comme une rente permet de mieux comprendre les enjeux d'économie politique qui lui sont liés ainsi que les conflits pour l'accès à celle-ci.

Le touristique dans le monde

La mondialisation n'est pas ce phénomène qui voudrait que tous les espaces du monde soient interconnectés par des flux divers, procédant à une sorte d'homogénéisation de la planète. Au contraire, la mondialisation doit être abordée par les lieux dans lesquels elle s'incarne. Le « lieu » est défini par Denis Retaillé comme « *l'annulation de la distance* », c'est-à-dire un croisement de trajets formant une circonstance de proximité. Les lieux de la mondialisation sont donc intrinsèquement reliés à des espaces mobiles¹⁹⁴. L'espace de la mondialisation est mouvant ; c'est-à-dire qu'il se définit premièrement par les mouvements de flux¹⁹⁵. Le touristique, puisqu'il fonctionne comme une matrice de perception qui guide en partie la pratique et donc les circulations touristiques, peut donc nous permettre

¹⁹⁴ Pour un résumé synthétique, voir la vidéo de Denis Retaillé « Comment se construit un lieu ? » sur *Thinkovery*. URL : <http://www.thinkovery.com/comment-se-construit-un-lieu>

¹⁹⁵ « Denis Retaillé, *Les Lieux de la mondialisation* », *Annales de géographie*, vol. 693 / 5, 2013, p. 572.

d'analyser ces « lieux de la mondialisation »¹⁹⁶. L'analyse de l'imaginaire touristique retrace ainsi la généalogie de ces lieux, construits comme symboles d'une nation, du continent, et parfois du monde lorsqu'ils sont inscrits au « patrimoine mondial » de l'UNESCO. Par opposition, le touristique définit également les non-lieux de cette mondialisation : ce sont les espaces qui ne sont pas imaginés, et par conséquent non imaginables. La mondialisation touristique procède donc d'un « double mouvement de ségrégation locale et de communication globale caractéristique de notre époque »¹⁹⁷. En retraçant l'histoire récente et contemporaine du touristique, nous étudions donc la construction de ces lieux de la mondialisation, mais aussi en miroir l'exclusion des espaces privés du mouvement touristique.

En emportant les voyageurs vers le Serengeti, le Ngorongoro, les boma maasaï, ou le Kilimandjaro, le touristique les construit en tant que lieux mondialisés. Mais l'usage du touristique nous permet également de dégager les jeux de pouvoir pour le contrôle de cette rente. Nous pouvons prendre l'exemple de la compétition touristique entre la Tanzanie et le Kenya. Comme nous le confirme la TTB, les deux destinations proposent en effet quasiment les mêmes attractions :

« Because we have one product, in fact almost the same products : they have wildlife, we have wildlife, we have beach they have beach, we also have mountains, they also have mountains »

Executive manager de la TTB, entretien réalisé le 4 juin 2016.

Cette compétition touristique se cristallise autour du Kilimandjaro. Géographiquement tanzanien, le Kilimandjaro est souvent considéré dans l'imaginaire collectif comme étant kenyan. Cela résulte de campagnes de promotion touristique agressives de la part du Kenya laissant l'ambiguïté planer sur la nationalité de la montagne. Ainsi, les images du sommet enneigé du Kilimandjaro depuis la savane sèche sont caractéristiques de l'imagerie touristique du Kenya. Ce n'est pas en soi du vol puisque par temps clair, c'est la vue qui est offerte aux touristes depuis le parc national kenyan d'Amboseli. Des treks pour l'ascension du sommet sont également organisés depuis le Kenya. Les tensions

¹⁹⁶ Idem

¹⁹⁷ AUGÉ, Marc, *L'impossible voyage. Le tourisme et ses images.*, Payot & Rivages, 2013, p. 138.

nées de la compétition pour l'appropriation touristique du Kilimandjaro ne sont pas récentes, et furent décisives dans la fermeture de la frontière entre les deux pays en 1977¹⁹⁸. Pas récentes mais toujours d'actualité. Car malgré la promotion touristique du territoire tanzanien largement influencée par cette volonté de réappropriation des attractions touristiques¹⁹⁹, quelques épisodes ont ravivé les tensions entre les deux pays. Ainsi, en 2005, le ministre du tourisme kenyan affirma que « *le mont Kilimandjaro est une des principales attractions du Kenya* », suscitant des indignations en Tanzanie, au gouvernement et chez les acteurs du tourisme²⁰⁰. La TTB est toujours à l'affût de la moindre parole ou phrase pouvant laisser penser que le Kilimandjaro est kenyan. En juillet 2016, un sportif sud-africain périt pendant son ascension de la montagne. Le journal américain *Miami Herald* diffusa le 18 juillet l'information selon laquelle Mr Guguleth Zulu est mort en tentant l'ascension du « *Kenya's Mt Kilimandjaro* ». La réaction de la TTB fût immédiate : contactant l'organisme de presse, la TTB demanda de corriger l'information et de rendre clair « *to the international community that MT. KILIMANDJARO IS IN TANZANIA* »²⁰¹. Nous le voyons, le contrôle de la rente touristique est susceptible de créer des tensions géopolitiques.

Le tourisme constitue donc une arène de pouvoir à plusieurs échelles : locale, nationale et internationale. Il peut à la fois être un instrument de domination en imposant un cadre cognitif aux politiques publiques (notamment de conservation) ou en participant à renforcer le mythe de l'Etat ou le récit de la nation, il peut potentiellement être un outil de résistance par la visibilité que confère l'imagerie touristique, et il peut aussi, en le considérant comme une rente, définir en partie les mouvements d'une mondialisation compétitive. Le tourisme est un langage du politique.

¹⁹⁸ DASCON, Juhane, *Les acteurs paysans du tourisme au Kilimandjaro. Ecriture filmique et écriture textuelle comme mode de compréhension des dynamiques géographiques en terre Chagga.*, Thèse de doctorat, Université Toulouse II - Le Mirail, 2009.

¹⁹⁹ Nous renvoyons le lecteur au chapitre 3.

²⁰⁰ ESSOUNGOU, André-Michel, « Controverse autour du mont Kilimandjaro », *RFI*, 18 juin 2005. [En ligne : http://www1.rfi.fr/actufr/articles/066/article_36932.asp]. Consulté le 16 août 2016.

²⁰¹ Majuscules dans le texte. Voir annexe 8.

Conclusion

L'objectif de ce mémoire était d'explorer les liens complexes qu'entretiennent le touristique et le politique à partir de notre terrain de recherche en Tanzanie. Cette réflexion s'inscrit dans la lignée de travaux récents, bien souvent l'œuvre de géographes, d'anthropologues ou de sociologues, proposant de « *penser le tourisme pour penser le politique* »²⁰². L'originalité, et nous espérons l'apport, dans l'esquisse de réponse que nous proposons dans ce mémoire tient à la différence conceptuelle que nous faisons, à la suite de la proposition de Frédéric Darbellay et Mathis Stock²⁰³, entre *tourisme* et *touristique*. Le tourisme est en effet un concept éminemment polysémique, dont les définitions changeantes tentent de s'adapter aux particularités des situations observées. Alors que le tourisme est un objet complexe et multidimensionnel, l'objet tourisme tend à définir un champ d'études relativement statique et clairement défini. C'est pourquoi nous considérons que l'usage du terme *touristique* permet au chercheur d'utiliser un concept dynamique plus englobant, soulignant le caractère *relationnel* du tourisme et par là les jeux de pouvoir qui lui sont inhérents. Le touristique est donc vu comme une matrice de perception et un registre d'action spécifiques constitués de règles et de codes particuliers, alors que le tourisme désigne l'activité qui à la fois reflète le touristique et participe à sa production. Il nous a ainsi paru essentiel et évident d'adopter une démarche résolument interdisciplinaire dans l'étude du touristique en Tanzanie. Car le touristique naît d'une trajectoire historique particulière qu'il s'agit de retracer ; car la pratique touristique contemporaine nécessite une approche anthropologique ; et car le touristique nous interroge *in fine* sur des problématiques intéressant les géographes, les politistes ou les économistes : politiques de conservation, capacités de résistance des acteurs, production d'un récit de la nation, concept de rente et celui de mondialisation.

²⁰² BOUKHRIS, Linda et CHAPUIS, Amandine, « Circulations, espace et pouvoir - Penser le tourisme pour penser le politique », *L'Espace Politique*, avril 2016, [En ligne : <https://espacepolitique.revues.org/3707>].

²⁰³ DARBELLAY, Frédéric et STOCK, Mathis, « Penser le touristique : nouveau paradigme ou interdisciplinarité ? », *Revue électronique des sciences humaines et sociales*, novembre 2012, [En ligne : <http://www.espacestems.net/articles/penser-le-touristique-nouveau-paradigme-ou-interdisciplinarite/>].

Cette étude entend déconstruire le « rêve d'Afrique » que la Tanzanie prétend incarner en tant que destination touristique. Pour ce faire, nous avons brièvement relaté la genèse du tourisme en Tanzanie, d'un tourisme colonial réservé aux élites aristocratiques en quête de trophées des *Big Five* à un tourisme plus massifié reposant davantage sur le safari photographique. Les politiques postcoloniales montrent que malgré la volonté d'un développement autocentré de la politique de l'ujamaa, les politiques touristiques relèvent d'une continuité coloniale, nourrissant ainsi l'imaginaire d'une Afrique sauvage reflétant son absence d'histoire et la nécessité, selon les périodes historiques, de « civiliser », de « protéger », ou de « moderniser ». La trajectoire historique du tourisme en Tanzanie a par ailleurs généré une image-type du touriste : riche, généralement blanc, et axé sur les parcs nationaux. Cette figure-type, si elle correspond dans une large mesure à la réalité, contraint les volontés de diversification du tourisme et le développement d'un tourisme domestique. Ainsi, il nous a paru essentiel de revenir sur les définitions du tourisme et du touriste pour montrer le caractère conjoncturel, et non structurel, de la situation touristique. A partir de notre expérience de terrain, nous nuancions fortement la frontière souvent établie entre recherche et tourisme pour aborder le phénomène de manière plus large comme une manière d'appréhender le monde, ce qui nous permet d'introduire la notion de touristique synthétisée plus haut dans cette conclusion. La tension entre ce que certains appellent la « demande touristique » et l'« offre touristique » nous a par ailleurs amené à invalider l'idée selon laquelle les touristes imposent leur volonté à des acteurs qui devraient simplement la satisfaire. Au contraire, il semble que l'imaginaire touristique soit un répertoire utilisé à la fois par les touristes pour guider leurs pratiques et par les acteurs du tourisme pour promouvoir la destination et les activités ; en d'autres termes, le touristique est co-produit. L'imaginaire touristique n'existe pas de manière figée et établie en dehors de la réalité : il est sans cesse en circulation, produit, relayé et reconfiguré par des représentations médiatisées. C'est pourquoi nous avons porté notre attention sur les imaginaires véhiculés par les productions cinématographiques. Notre analyse a permis de montrer que des films comme *Hatari!*, *Out of Africa* ou *The Lion King* popularisent les représentations de l'Afrique comme terre d'aventure, naturelle et

originelle, et créent un cadre de référence à l'expérience touristique. Nos observations ont par ailleurs confirmé que cet imaginaire ne s'impose pas, mais qu'il est médiatisé par un processus de réappropriation des images pour la promotion touristique des destinations, des hôtels ou des activités. Le tourisme participe ainsi à la construction symbolique et matérielle des espaces et des identités, comme nous le montre la sociohistoire de l'usage contemporain de la « nature » et celle de la construction de l'imagerie relative à la figure des Maasaï. Les pratiques touristiques, en safari ou en visite culturelle, renforcent ou reconfigurent l'imaginaire et les mythes d'une nature édénique et de cultures authentiques. Mais le tourisme n'est pas qu'images et regard, il est aussi ressenti et implique les corps et d'autres sens dans l'expérience. C'est avec cette approche que nous avons analysé les pratiques touristiques auxquelles nous avons pu participer. Ainsi, c'est tout autant par le discours que par les ressentis que la pratique touristique souligne l'altérité, concernant à la fois les identités et l'environnement. Cette altérité mise en tourisme est alors susceptible de construire un véritable cadre cognitif à la formulation de politiques publiques. Les politiques de conservation, particulièrement extraverties, sont ainsi fondées sur une certaine considération de ce que doit être la nature en Afrique. Créer et développer les parcs nationaux et les aires de conservation n'est pas anodin : ces politiques constituent en Tanzanie, nous l'avons vu, un instrument de contrôle des mobilités (pastorales notamment). Instrument de légitimation et de domination, le tourisme est par ailleurs susceptible d'être un instrument de résistance. C'est ce que nous montrent les exemples des campagnes de défense des droits fonciers maasaï, en utilisant la popularité de l'imagerie maasaï sur la scène internationale tout en la modifiant pour en faire les gardiens ancestraux de l'environnement. Le tourisme, en créant des symboles et des icônes, recoupe par ailleurs largement le mythe de l'Etat et le récit de la nation tanzanienne. Nous avons pu montrer que le tourisme en Tanzanie repose essentiellement sur des attractions majeures (Serengeti, Ngorongoro, Kilimandjaro) qui sont également des icônes de l'identité nationale. Aussi, la mise en scène des identités dans le cadre du programme de tourisme culturel performe et matérialise l'idéal de la nation, qui s'est largement construit par une folklorisation des identités ethniques qui composent la nation tanzanienne.

Enfin, nous avons proposé une définition du touristique comme rente pour mettre en valeur la compétition pour l'insertion à la mondialisation, notamment par le biais du graal touristique qu'est le statut de patrimoine mondial de l'UNESCO²⁰⁴, et afin de souligner les tensions pour l'accès aux revenus tirés de la rente en prenant l'exemple du Kilimandjaro. Ces arguments nous amènent donc à considérer le touristique comme un langage du politique : à la fois contraignant et productif, le touristique peut tour à tour être un instrument de domination ou une ressource de résistance. L'étude du touristique devient alors une entrée d'analyse heuristique pour étudier les jeux de pouvoir, et ce à différentes échelles, du local au mondial.

Cette étude ne prétend pas à l'exhaustivité, mais entend apporter avec humilité quelques éléments de réflexion sur un objet sous-étudié par la science politique. Nous considérons que ce travail est susceptible d'inspirer d'autres travaux de recherches. Ainsi, il serait à notre avis théoriquement très intéressant de mobiliser davantage les travaux de Michel Foucault sur la généalogie du pouvoir, la gouvernementalité et la discipline des corps, thèmes qui nous semblent assez proches de notre réflexion, bien que nous n'ayons pas pu les aborder en profondeur. Par ailleurs, la réflexion sur le touristique nécessiterait d'appliquer une méthode comparative, pouvant par-là préciser ses contours et ses enjeux. Nous pensons notamment à élargir le terrain de recherche à l'Afrique de l'est. Aussi, nous sommes persuadés que suivre les trajectoires du tourisme domestique et sous-régional permettrait de dégager de nouvelles problématiques dans l'étude du touristique. Le tourisme domestique, qui se développe rapidement et qui semble au cœur des nouvelles stratégies annoncées des gouvernements est-africains, soulève en effet de nombreux enjeux et pourrait compléter les travaux sur le tourisme, mais aussi ceux sur l'émergence et les pratiques des classes moyennes en Afrique. Enfin, nous avons beaucoup parlé des attractions touristiques et de l'imaginaire qui les porte, mais il serait tout aussi intéressant d'analyser le revers de la médaille : les répulsions touristiques. L'imaginaire d'une Afrique pauvre, monstrueusement urbaine, dangereuse, miséreuse et corrompue : l'Afrique du *Cauchemar de*

²⁰⁴ GASCON, Julia, *Patrimoine mondial et compétition politique : l'extraversion comme logique d'adaptation, de projection et de résistance*, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne, 2013, 142 p.

*Darwin*²⁰⁵, documentaire filmé d'ailleurs dans la ville tanzanienne de Mwanza. Un imaginaire qui certes repousse le plus gros des flux touristiques mais qui est parfois réapproprié touristiquement : il est aujourd'hui possible de « lier l'utile à l'agréable » avec les programmes de « volontourisme »²⁰⁶, de participer à des circuits organisés dans les bidonvilles de Kampala ou de Nairobi, ou encore de visiter des camps de réfugiés au Rwanda. L'étude de cet imaginaire anti-touristique permettrait sans doute de compléter la déconstruction du rêve par l'analyse du cauchemar. Autant de questionnements manqués que de vraies pistes de recherche ...

²⁰⁵ SAUPER, Hubert, *Le cauchemar de Darwin*, 2005.

²⁰⁶ Néologisme créé pour désigner les programmes qui mêlent bénévolat humanitaire et tourisme.

Bibliographie

Ouvrages

- AMIROU, Rachid, *L'imaginaire touristique*, CNRS Editions, 2012 (1^{ère} ed. 1995).
- ANDERSON, Benedict, *Imagined communities, Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*, 1983.
- ARHEM, Kaj, *Pastoral Man in the Garden of Eden. The Maasai of the Ngorongoro Conservation Area, Tanzania*, Uppsala Research Reports in Cultural Anthropology, 1985, 123 p.
- AUGÉ, Marc, *L'impossible voyage. Le tourisme et ses images.*, Payot & Rivages, 2013.
- BEETON, Sue, *Film-induced Tourism*, Channel View Publications, 2005, (« Aspects of Tourism »).
- BERNARDIE-TAHIR, Nathalie, *L'autre Zanzibar. Géographie d'une contre-insularité*, Karthala, 2008.
- CHRISTIN Rodolphe, *L'imaginaire voyageur ou l'expérience exotique*, L'Harmattan, 2000, p. 164.
- DECROLY, Jean-Michel (dir.), *Le tourisme comme expérience. Regards interdisciplinaires sur le vécu touristique.*, Presses de l'Université du Québec, Québec, 2015.
- FRANKLIN, Adrian, *Tourism. An Introduction*, SAGE Publications, 2003, 305 p.
- MADDOX, Gregory H. et GIBLIN, James L. (eds.), *In Search of a Nation. Histories of Authority & Dissidence in Tanzania*, Kapsel Educational Publications, Dar es Salaam, 2005, 337 p., (« Eastern African Studies »).
- MAGRIN, Géraud, *Voyage en Afrique rentière. Une lecture géographique des trajectoires de développement*, Publications de la Sorbonne, Paris, 2013, 424 p.
- MARTIN, Denis-Constant (dir.), *Sur la piste des OPNI (Objets politiques non-identifiés)*, Karthala, 2002.
- MARTIN Denis-Constant, *Tanzanie : L'invention d'une culture politique*, Presses de la Fondation nationale des sciences politiques & Karthala, 1988.

- MATOTAY, Edmund Christopher, *Place and Tourism Promotion : Urban Regeneration ?*, Cambridge Scholars Publishing, 2010.
- MOWFORTH, Martin, et MUNT, Ian, *Tourism and Sustainability. New tourism in the Third World*, Routledge, 1998.
- NEUMANN, Roderick P., *Imposing Wilderness. Struggles over Livelihood and Nature Preservation in Africa*, University of California Press, Berkeley, 1998, 256 p.
- PAQUOT, Thierry, *Le voyage contre le tourisme*, Rhizome, Paris, 2014, (« Eterotopia France »).
- SALAZAR, Noel B., *Envisioning Eden. Mobilizing Imaginaries in Tourism and Beyond*, vol. 31, Berghahn Books, 2010, (« New Directions in Anthropology »).
- URBAIN, Jean-Didier, *L'idiot du voyage. Histoires de touristes*, Payot & Rivages, 2002.
- URRY, John, *The Tourist Gaze ; Leisure and Travel in Contemporary Societies*, Sage, 1994
- WEBER, Max, *Economie et Société*, 1922.

Articles de revue scientifique & chapitres d'ouvrage

- AMIROU, Rachid, PAUGET, Bertrand, LENGLET, Marc [et al.], « De l'image à l'imagerie en passant par l'imaginaire : une interprétation du tourisme à partir des représentations proposées par dix villes européennes », *Recherches en Sciences de Gestion*, vol. 86 / 5, 2011, p. 87.
- BAILLAT, Alice, « *Pour une approche discursive des politiques publiques environnementales* », CERISCOPE Environnement, 2014, [en ligne], consulté le 08/12/2015.
- BANEGAS, Richard, « Etudes africaines : l'exotisme est-il devenu banal ? Décentrement du regard, comparatisme et doxa disciplinaire » [En ligne : http://www.sciencespo.fr/cei/fr/content/dossiersducei/etudes-africaines-l-exotisme-est-il-devenu-banal-decentrement-du-regard-comparatisme-et-doxa#footnote2_iyjc5am]. Consulté le 6 juillet 2016.
- BAYART, Jean-François, « L'Afrique dans le monde : une histoire d'extraversion », *Critique internationale*, n°5, automne 1999.

- BERNARDIE-TAHIR, Nathalie, « Zanzibar à l’heure du tourisme mondialisé : des identités rêvées au rêve identitaire », in Nathalie Bernardie-Tahir (dir.), *L’autre Zanzibar. Géographie d’une contre-insularité*, Karthala, 2008, pp. 353-368
- BOUKHRIS, Linda et CHAPUIS, Amandine, « Circulations, espace et pouvoir - Penser le tourisme pour penser le politique », *L’Espace Politique*, avril 2016, [En ligne : <https://espacepolitique.revues.org/3707>].
- CARPENTIER, Julie, « Le tourisme communautaire en Amazonie équatorienne. Une vaste scène théâtrale ? », in Jean-Michel Decroly (dir.), *Le tourisme comme expérience. Regards interdisciplinaires sur le vécu touristique*, Presses de l’Université du Québec, 2015, p. 297-309.
- CHABLOZ, Nadège, « L’étude de la rencontre touristique en “terrains” africains », *EspaceTemps.net*, avril 2010, (« Travaux »), [En ligne : <http://www.espacetemps.net/articles/etude-rencontre-terrain/>].
- CHARNLEY, Susan, « From Nature Tourism to Ecotourism? The case of the Ngorongoro Conservation Area, Tanzania », *Human Organization*, vol. 64 / 1, 2005.
- COAST, Ernestina, « Colonial preconceptions and contemporary demographic reality : Maasai of Kenya and Tanzania », 2001, [En ligne : <file:///C:/Users/Nicolas%20Hillaire/Documents/Documents/Projet%20m%C3%A9moire/Articles/COAST%20Colonial%20preconceptions%20and%20contemporary%20demographic%20reality,%20Maasai%20of%20Kenya%20and%20Tanzania.pdf>]
- COLLEYN, Jean-Paul et DEVILLEZ, Frédérique, « Le tourisme et les images exotiques », *Cahiers d’études africaines*, janvier 2009, p. 583-594.
- CONDEVAUX, Aurélie, « Rencontres touristiques polynésiennes », in Jean-Michel Decroly (dir.), *Le tourisme comme expérience. Regards interdisciplinaires sur le vécu touristique*, Presses de l’Université du Québec, 2015, p. 89-100.
- COULON, Christian, « L’exotisme peut-il être banal ? L’expérience de Politique africaine », in *Politique africaine*, n°65, 1997, pp 77-95.
- COUSIN, Saskia, « L’Unesco et la doctrine du tourisme culturel », *Civilisations. Revue internationale d’anthropologie et de sciences humaines*, décembre 2008, p. 41-56.

- CRAVATTE, Céline, « L'anthropologie du tourisme et l'authenticité : Catégorie analytique ou catégorie indigène ? », *Cahiers d'études africaines*, janvier 2009, p. 603-620.
- DARBELLAY, Frédéric et STOCK, Mathis, « Penser le touristique : nouveau paradigme ou interdisciplinarité ? », *Revue électronique des sciences humaines et sociales.*, novembre 2012, [En ligne : <http://www.espacestems.net/articles/penser-le-touristique-nouveau-paradigme-ou-interdisciplinarite/>].
- DEBARBIEUX, Bernard, « Tourisme, imaginaires et identités : inverser le point de vue », *Via@ Tourism Review*, juin 2015, [En ligne : <http://viatourismreview.com/fr/2015/06/tourism-imaginaries-and-identities-reversing-the-point-of-view/>].
- « Denis Retaillé, *Les Lieux de la mondialisation* », *Annales de géographie*, vol. 693 / 5, 2013, p. 572.
- DEWAILLY, Jean-Michel, « Kibicho Wanjohi, Tourisme en pays maasaï (Kenya) », *Géocarrefour*, vol. 82 / 4, décembre 2007, p. 208.
- DOQUET, Anne, « La force de l'impact », *EspacesTemps.net*, 2010, (« Travaux »), [En ligne : <http://www.espacestems.net/articles/force-impact/>].
- DOQUET, Anne et EVRARD, Olivier, « Introduction : Tourisme, mobilités et altérités contemporaines », *Civilisations*, 2008, [En ligne : <http://civilisations.revues.org/866>].
- FRANKLIN, Adrian, « The tourism ordering: Taking tourism more seriously as a globalising ordering », *Civilisations*, décembre 2008, p. 25-39.
- GODELIER Maurice, « Imaginaire et symbolique », in MESURE Sylvie et SAVIDAN Patrick (dir), *Le dictionnaire des sciences humaines*, PUF, 2006
- GRAVARI-BARBAS, Maria et JACQUOT, Sébastien, « EDITORIAL : Patrimoine mondial, tourisme et développement durable en Afrique : discours, approches et défis », *Via@ Tourism Review*, juin 2015, [En ligne : <http://viatourismreview.com/fr/2015/06/editorial-world-heritage-tourism-and-sustainable-development-in-africa-discourses-approaches-and-challenges-2/>].
- HAYS, Cassie M., « The lie of the lion: racialization of nature in the safari souvenir », *Environmental Sociology*, vol. 1 / 1, janvier 2015, p. 4-17.

- JANMOHAMED, Mahmud, « Combiner la rentabilité et les capacités développementales du tourisme », *Secteur Privé & Développement*, septembre 2010.
- LESAFFRE, Gaëlle, « Lucie K. Morisset, Des régimes d'authenticité : Essai sur la mémoire patrimoniale », *Culture & Musées*, vol. 14 / 1, 2009, p. 185-187.
- LOLOUM, Tristan, « Le gouvernement de la nature - Tourisme et institutions environnementales dans le Nordeste brésilien », *L'Espace Politique. Revue en ligne de géographie politique et de géopolitique*, avril 2016, [En ligne : <https://espacepolitique.revues.org/3716>].
- MELITA, Asantael Williams et MENDLINGER, Samuel, « The impact of Tourism Revenue on the Local Communities' Livelihood: A Case Study of Ngorongoro Conservation Area, Tanzania », *Journal of Service Science and Management*, vol. 6, 2013, p. 117-126.
- NANDONDE, Felix Adamu, « Exploring Foreign Tourists' Image of Tanzania: A Factorial Analysis Approach », *Journal of African Business*, vol. 16 / 1-2, mai 2015, p. 144-158.
- NOWAK, Jean-Jacques et SAHLI, Mondher, « Le tourisme : un danger pour les pays en développement ? », *Secteur Privé & Développement*, septembre 2010.
- QUENET, Grégory, LOCHER, Fabien, FRESSOZ, Jean-Baptiste [et al.], « Histoire environnementale », *Revue d'histoire moderne et contemporaine (1954)*, 2009, p. 7-164.
- RODARY, Estienne, « Développer la conservation ou conserver le développement ? Quelques considérations historiques sur les deux termes et les moyens d'en sortir », *Mondes en développement*, vol. 141 / 1, 2008, p. 81.
- RODARY, Estienne et CASTELLANET, Christian, « Les trois temps de la conservation », in Estienne Rodary, Christian Castellanet, Georges Rossy (dirs), *Conservation de la nature et développement : l'intégration impossible ?*, GRETT-Karthala, 2003, pp. 6-43.
- SALAZAR, Noel B., « A troubled past, a challenging present, and a promising future : Tanzania's tourism development in perspective », *Tourism Review International*, vol. 12, 2009.

- SALAZAR, Noel B., « Imaged or imagined? Cultural Representations and the “Tourismification” of Peoples and Places », *Cahiers d'études africaines*, janvier 2009, p. 49-72.
- SALAZAR, Noel B., « Le cratère du Ngorongoro : paix troublée dans le jardin d'Eden », *Via@ Tourism Review*, 2014, [En ligne : <http://viatourismreview.com/fr/2015/06/ngorongoro-crater-disturbed-peace-in-the-garden-of-eden-3/>].
- SALAZAR, Noel B., « Touristifying Tanzania », *Annals of Tourism Research*, vol. 33 / 3, juillet 2006, p. 833-852.
- SIMMEL, Georg, « Philosophie du paysage », in *La Tragédie de la culture et autres essais*, trad. S. Comille et P. Ivernel, Rivages, Paris et Marseille, 1988.
- SIMONI, Valerio et MCCABE, Scott, « From ethnographers to tourists and back again. On positioning issues in the anthropology of tourism », *Civilisations*, 2008, [En ligne : <http://civilisations.revues.org/1276>].
- STRAUSS, Claudia, « The imaginary », *Anthropological Theory*, Vol. 6, 2006, p. 322-344.
- VILLE, J-L, « Kilimandjaro. Un jardin d'Eden ? ... », in C. Baroin, F. Constantin (dirs), *La Tanzanie contemporaine*, Karthala-IFRA, 1999, p. 359.
- WESTPHAL, Bertrand, « Spice tour. Zanzibar et les brochures touristiques. », in Nathalie Bernardie-Tahir (dir.), *L'autre Zanzibar. Géographie d'une contre-insularité*, Karthala, 2008, p. 51-62.

Thèses et mémoires universitaires

- BLANC, Guillaume, *Les territoires des parcs nationaux (Canada, Ethiopie, France) : logiques identitaires, patrimoniales et nationales*, Thèse de doctorat, Université du Québec à Trois-Rivières - Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne, 2013, 464 p.
- CHABLOZ, Nadège, *Tourisme solidaire au Burkina Faso : pratiques et représentations de soi et de l'Autre. Regards sur l'Autre et rencontres entre visiteurs français et visités burkinabé.*, Mémoire de DEA, EHESS, 2004, 199 p.
- DASCON, Juhane, *Les acteurs paysans du tourisme au Kilimandjaro. Ecriture filmique et écriture textuelle comme mode de compréhension des dynamiques*

géographiques en terre Chagga., Thèse de doctorat, Université Toulouse II - Le Mirail, 2009.

- GASCON, Julia, *Patrimoine mondial et compétition politique : l'extraversion comme logique d'adaptation, de projection et de résistance*, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne, 2013, 142 p.

Littérature grise

- NGORONGORO CONSERVATION AREA, *General Management Plan 2006 – 2016*, Revised January 2010.
- THE TANZANIA TOURISM SECTOR SURVEY, « The 2013 International visitor's exit survey Report », National Bureau of Statistics - Bank of Tanzania, 2015.
- UNWTO, « Annual Report », 2014, [En ligne : http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto_annual_report_2014.pdf].
- WORLD BANK, « The Elephant in the Room : Unlocking the potential of the tourism industry for Tanzanians », 2015, (« Africa Region Macroeconomics and Fiscal Management »).
- WORLD BANK, « Tourism in Africa: Harnessing Tourism for Growth and Improved Livelihoods », 2013, [En ligne : <http://www.worldbank.org/afr/tourism>].
- WORLD BANK, AFRICA HOUSE et AFRICA TRAVEL ASSOCIATION, « The State of Tourism in Africa », 2010.

Filmographie

- ALLERS, Roger, et MINKOFF Rob, *The Lion King*, Walt Disney Pictures, 1994.
- APOSTOLIDIS, Andreas, *Serengeti : Une terre sans habitants ?*, 2012.
- APTED, Michael, *Gorillas in the mist*, Universal Pictures & Warner Bros Pictures, 1988.
- GRZIMEK, Bernard & Michael, *Serengeti shall not die*, 1959.
- HAWKS, Howard, *Hatari !*, Malabar Productions, 1962.
- POLLACK, Sydney, *Out of Africa*, Universal Pictures, 1985.
- SAUPER, Hubert, *Darwin's Nightmare*, 2005.
- Série documentaire *Unnatural histories*, « Episode 1 : Serengeti », BBC Four, 2011.

Articles de presse

- BEBIEN Arnaud, « Chassés de leurs terres, les Masai de Tanzanie sont menacés », *Rue 89*, 27 juin 2010 [<http://rue89.nouvelobs.com/2010/06/27/chasses-de-leurs-terres-les-masai-sont-menaces-156143>]
- BLANC, Guillaume, « Protège-t-on la nature africaine au nom de vieux clichés coloniaux? », *Le Monde*, 08/12/2015. [http://www.lemonde.fr/afrique/reactions/2015/12/08/ecoracisme-ou-la-poursuite-de-l-eden-africain_4827220_3212.html]
- ESSOUNGOU, André-Michel, « Controverse autour du mont Kilimandjaro », *RFI*, 18 juin 2005. [En ligne : http://www1.rfi.fr/actufr/articles/066/article_36932.asp]. Consulté le 16 août 2016.
- FITZGIBBON, Will, « “Panama Papers” : ces safaris africains qui se terminent dans les paradis fiscaux », *Le Monde Afrique*, 25 juillet 2016, [En ligne : http://www.lemonde.fr/afrique/article/2016/07/25/panama-papers-ces-safaris-africains-qui-se-terminent-dans-les-paradis-fiscaux_4974510_3212.html].
- HIRIBARREN, Vincent, « Protéger l’environnement, exercer le pouvoir », *Libération Africa4, Regards croisés sur l’Afrique*, décembre 2015.
- MAYALLAH, Elisha, « Tanzania maintains VAT charge on tourism », *East African Business Week*, 26 juin 2016, [En ligne : <http://www.busiweek.com/index1.php?Ctp=2&pI=5309&pLv=3&srI=57&spI=23&cI=19>].
- SMITH David, “Tanzania accused of backtracking over sale of Masai’s ancestral land”, *The Guardian*, 16 nov. 2014 [<http://www.theguardian.com/world/2014/nov/16/tanzania-government-accused-serengeti-sale-masai-lands>]
- « La culture des Massaïs en péril. Vous ne partirez plus en safari », *Courrier International*, 17 février 2010 [<http://www.courrierinternational.com/article/2010/02/11/vous-ne-partirez-plus-en-safari>]

Guides, blogs de voyage et supports de promotion touristique

- LONELY PLANET, *Tanzanie et Zanzibar*, En Voyage Editions, 3e éd., 2015, 160 p.
- Portail officiel de la Tanzanian Tourist Board. URL : <http://www.tanzaniatourism.com/>
- Article de blog « C'est comme dans le Roi Lion ». URL : <http://www.kenya-tanzanie.com/recit-de-voyage/cest-comme-dans-le-roi-lion>
- Blog *Jeux et enjeux des récréations du monde*, article « Serengeti et Ngorongoro : Le Roi Lion ou l'histoire de la vie ». URL : <http://jeux-et-enjeux-des-recreations-du-monde.over-blog.com/2014/05/serengeti-et-ngorongoro-le-roi-lion-ou-l-histoire-de-la-vie.html>
- « An insight into Tanzania's living culture », *Tanzania Cultural Tourism*, Issue No. 5, 2012 ;
- Et de nombreuses brochures touristiques qu'il serait impossible –et inutile– d'énumérer ...

Table des annexes

ANNEXE 1 : LISTE DES ENTRETIENS	111
ANNEXE 2 : EVOLUTION ET REPARTITION MONDIALE DES ARRIVEES INTERNATIONALES DE TOURISTES	113
ANNEXE 3 : PROVENANCE DES TOURISTES EN TANZANIE CONTINENTALE EN 2013	114
ANNEXE 4 : ECHANTILLON DE PROMOTION TOURISTIQUE.....	115
ANNEXE 5 : MONUMENT FUNERAIRE AU NCA DEDIE A BERNARD ET MICHAEL GRZIMEK	117
ANNEXE 6 : CARTE DES PROGRAMMES DE TOURISME CULTUREL LIES AU CTP	118
ANNEXE 7 : COMMUNIQUER SUR LA PRODUCTION NATIONALE DES BIERES	119
ANNEXE 8 : "SOUTH AFRICAN RALLY DRIVER DIED IN TANZANIA AND NOT KENYA"	120

Annexe 1 : Liste des entretiens

- **Ex-guide touristique**
Ancien guide touristique reconverti. A participé à des séjours dans le circuit Nord (Serengeti, Ngorongoro, Manyara, Tarangire, etc.) et plus récemment au parc national de Saadani. Entretien réalisé à Bagamoyo le 6 mai 2016.
- **Employée d'un tour opérateur**
Chargée des réservations auprès d'un tour opérateur de taille conséquente proposant des séjours dans toute la Tanzanie, mais aussi au Kenya, en Ouganda et au Rwanda. Compagnie gérée par un expatrié. Entretien réalisé à Arusha le 13 mai 2016.
- **Employée du département tourisme de la TANAPA**
Chargée de promouvoir les parcs nationaux tanzaniens sur le marché touristique. Entretien réalisé au stand officiel de la TANAPA au salon KILIFAIR, à Moshi, le 3 juin 2016.
- **Executive Manager de la Tanzanian Tourist Board**
Responsable exécutive de la TTB à l'échelle nationale, chargée de coordonner les actions de l'institution, particulièrement les politiques de promotion touristique de la Tanzanie. Entretien réalisé au stand officiel de la TTB au salon KILIFAIR à Moshi le 4 juin 2016.
- **Guide indépendant**
Guide indépendant rencontré au salon KILIFAIR par le biais de l'agent marketing de la TTB qui m'accompagnait. Travaille essentiellement autour du lac Eyasi pour emmener les touristes visiter la population Hadza, considérée comme les derniers chasseurs-cueilleurs du pays. Entretien réalisé le 4 juin 2016.
- **Employé au département tourisme de la NCAA**
Chargé de la promotion touristique de la Ngorongoro Conservation Area lors du KILIFAIR. Entretien réalisé à Moshi le 4 juin 2016 au stand officiel du KILIFAIR.
- **Directeur de Carbon Tanzania**
Carbon Tanzania est une entreprise de l'économie sociale et solidaire travaillant avec les lodges touristiques, contre une bonne image d'écotourisme, contre la

déforestation dans les zones rurales du nord du pays. Entretien réalisé le 5 juin 2016 lors du séminaire prévu au KILIFAIR, étant la seule personne du public.

- **Journaliste, photographe et vidéaste maasaï**

Ne travaille pas dans le secteur du tourisme. Cependant, son activité professionnelle comme ses liens familiaux en font un individu proche du milieu activiste maasaï. A été pour moi un informateur de choix sur l'usage de l'image des maasaï. Entretien réalisé à Arusha le 8 juin 2016. Nombreuses discussions informelles tout au long du séjour, ayant développés progressivement une relation amicale.

- **Coordinateur du Cultural Tourism Program (TTB)**

Chargé de la coordination des programmes de tourisme culturel. Institution spécialisée de la TTB qui fournit assistance logistique, formations diverses, éventuellement aide à la résolution de conflits, et soutien marketing. Entretien réalisé dans son bureau à Arusha le 10 juin 2016.

- **Directrice et directeur du Hatari Lodge**

Hatari Lodge est situé à la lisière nord du parc national d'Arusha. Lieu de tournage du film *Hatari !*. Entretien réalisé au lodge le 26 juin 2016.

- **Coordinateur d'un bureau de la NCAA**

Chargé du management de l'équipe d'un bureau de la NCAA : promotion touristique, renseignements, paiements, etc. Deux entretiens réalisés dans son bureau le 22 juin 2016, et le 18 juillet 2016.

- **Assistant manager du programme de tourisme culturel de Mto wa Mbu**

Chargé du programme de tourisme culturel de la ville, en lien avec le réseau du Cultural Tourism Program (CTP) de la TTB. Entretien réalisé dans son bureau le 6 juillet 2016 à Mto wa Mbu, et discussions informelles.

- **Manager du programme de tourisme culturel de Karatu**

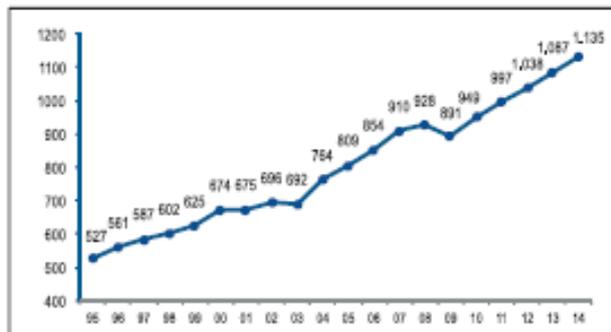
Réseau du CTP. Activités touristiques avec ce programme, actions contre la déforestation dans les villages alentour, et formation/confection/vente de médecine traditionnelle. Entretien réalisé dans son bureau le 8 juillet 2016, à Karatu.

- **Guide touristique au programme de tourisme culturel de Gorofani**

Réseau du CTP. Activités essentiellement tournées autour des Hadzabés et des Datoga, dans la région du lac Eyasi. Discussions informelles, 9-10 juillet 2016.

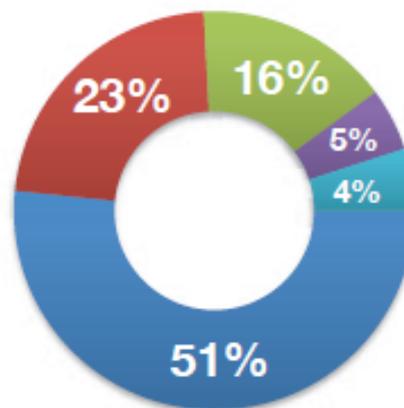
Annexe 2 : Evolution et répartition mondiale des arrivées internationales de touristes

World: Inbound Tourism
International Tourist Arrivals (million)



Source: World Tourism Organization (UNWTO) ©

International Tourist Arrivals, 2014



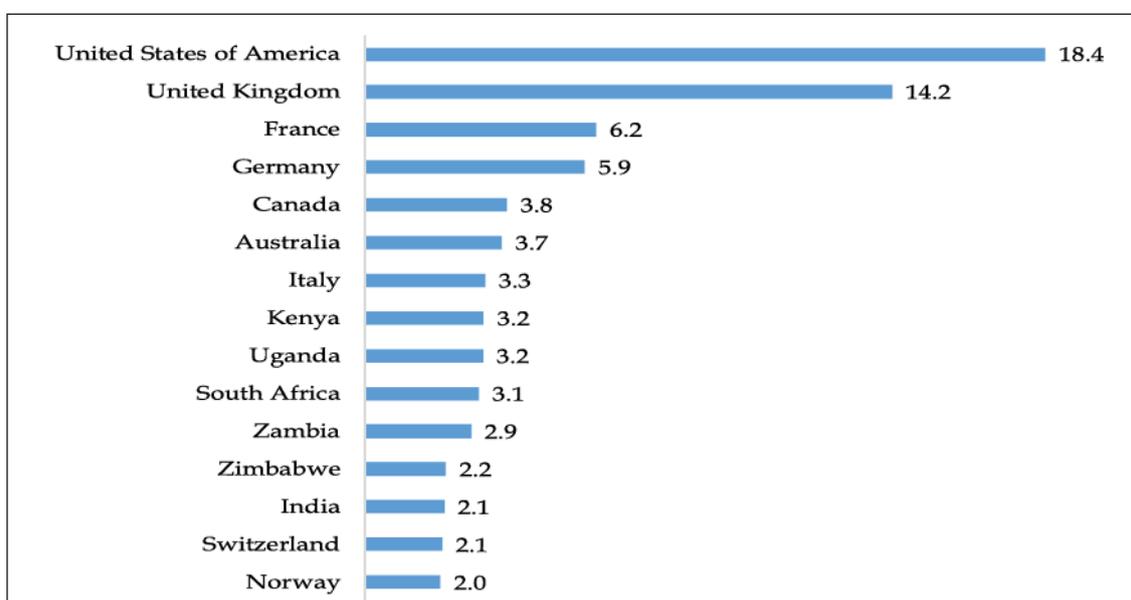
- Europe - 584 million
- Asia & the Pacific - 263 million
- Americas - 182 million
- Africa - 58 million
- Middle East - 50 million

Source : UNWTO, « Annual Report », 2014, [En ligne : http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto_annual_report_2014.pdf], p. 15.

Annexe 3 : Provenance des touristes en Tanzanie continentale en 2013

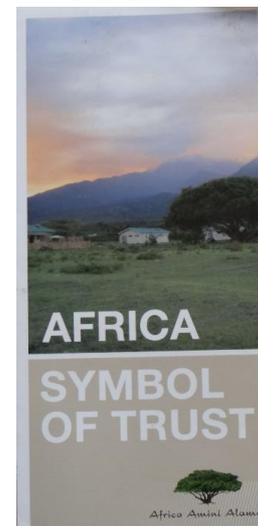
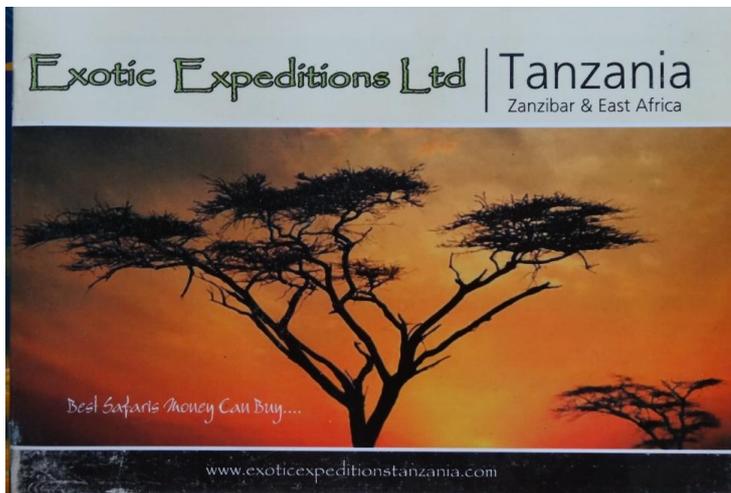
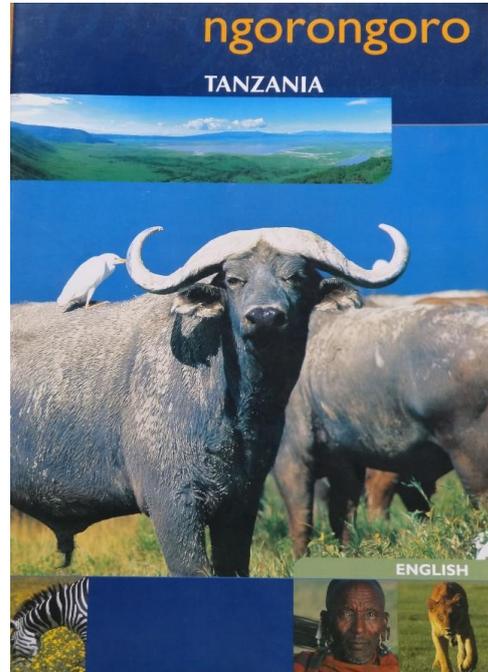
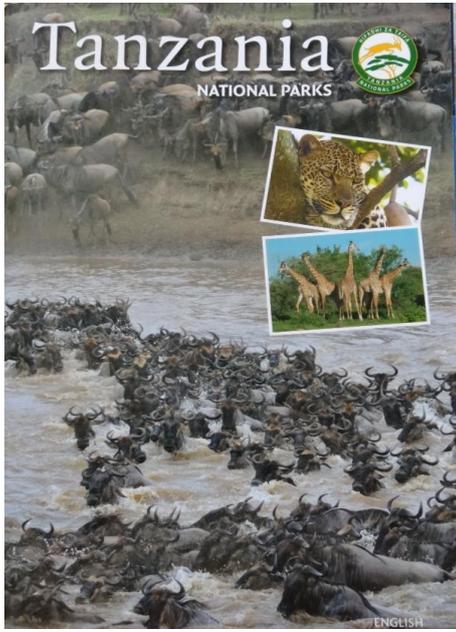
Chart 2.3: Top 15 Source Markets for Tanzania Mainland

Percent

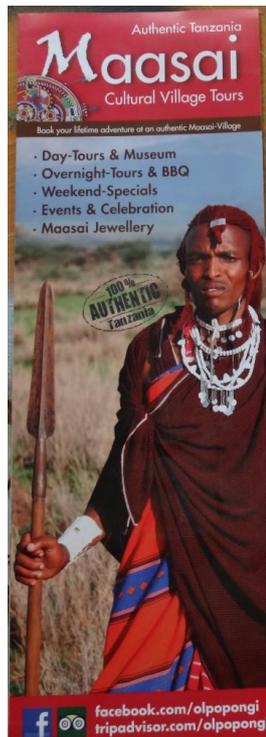
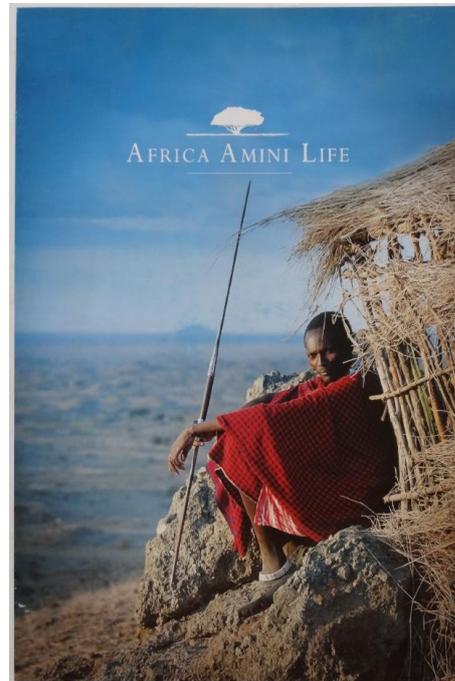
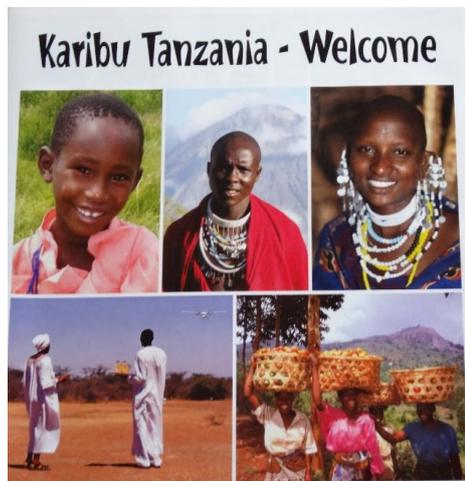


Source : THE TANZANIA TOURISM SECTOR SURVEY, « The 2013 International visitor's exit survey Report », National Bureau of Statistics - Bank of Tanzania, 2015.

Annexe 4 : Echantillons de promotion touristique



Sources (de gauche à droite) : Magazine de promotion touristique de la TANAPA (2016) ; magazine de la NCAA ; brochure touristique du tour opérateur *Exotic Expeditions Ltd* ; brochure touristique du lodge *Africa Amimi Alama*.



Sources (de gauche à droite) : Magazine de promotion touristique de la TTB (2016, p.2) ; brochure du *Africa Amini lodge* ; brochure de promotion du boma culturel maasai d'Olpopongi par *Authentic Tanzania* ; brochure du lodge *Olea Africana Lodge* (Karatu).

Annexe 5 : Monument funéraire au NCA dédié à Bernard et Michael Grzimek

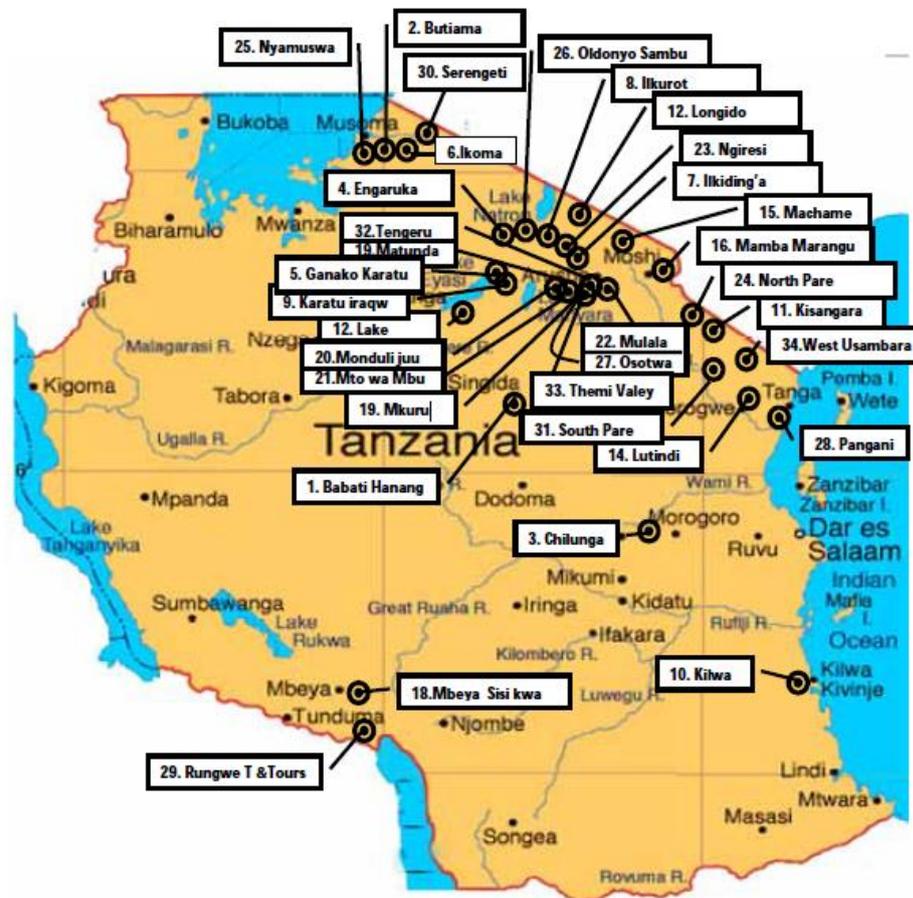


Source : auteur

« MICHAEL GRZIMEK
12.4.1934 – 16.1.1959
HE GAVE ALL HE POSSESSED
INCLUDING HIS LIFE
FOR THE WILD ANIMALS OF
AFRICA »

« PROFESSOR BERNHARD
GRZIMEK
1909 – 1987
A LIFETIME OF CARING FOR
WILD ANIMALS AND THEIR
PLACE ON OUR PLANET
IT IS BETTER TO LIGHT A
CANDLE THAN TO CURSE THE
DARKNESS »

Annexe 6 : Carte des programmes de tourisme culturel liés au CTP



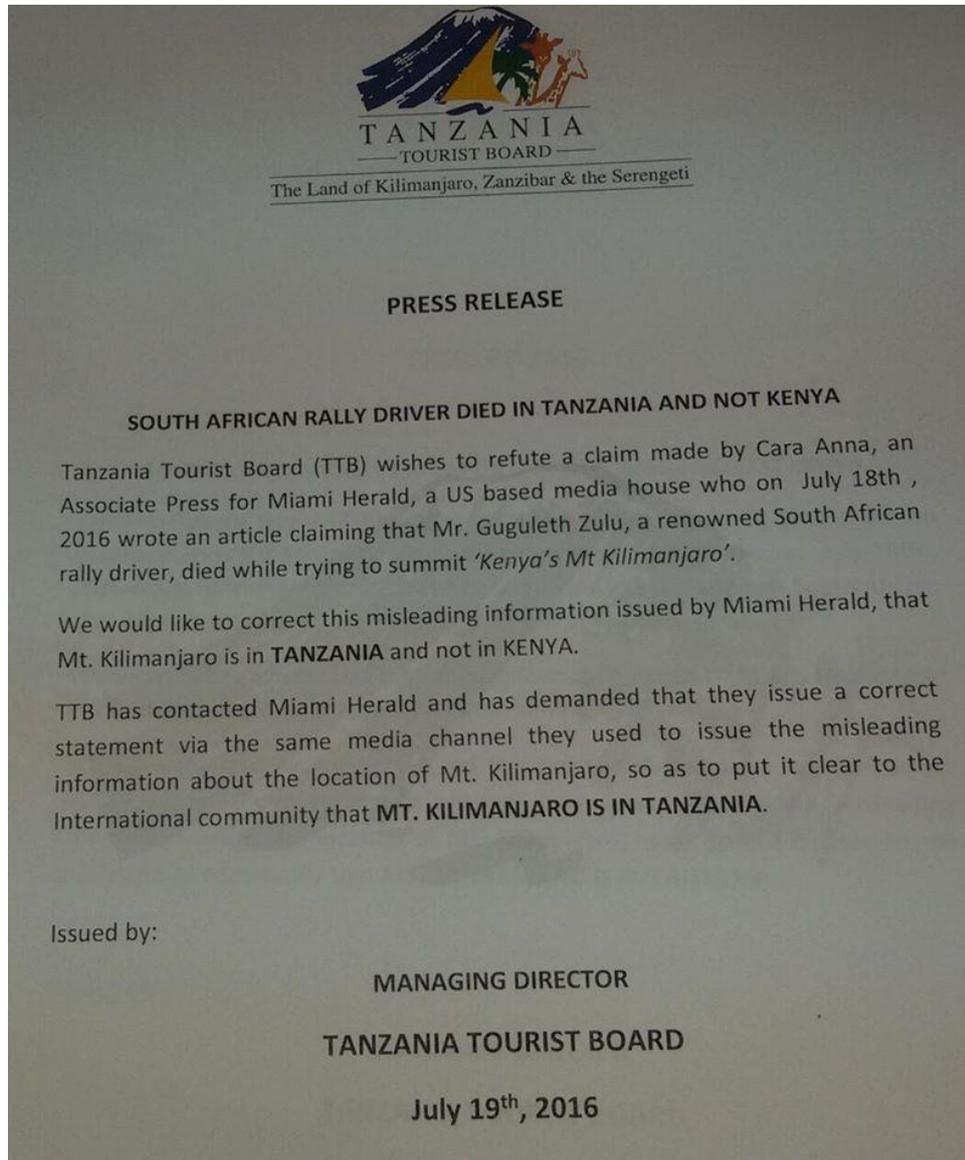
Source : « An insight into Tanzania's living culture », *Tanzania Cultural Tourism*, Issue No. 5, 2012, p. 98.

Annexe 7 : Communiquer sur la production nationale des bières



Source : Internet

Annexe 8 : « South African rally driver died in Tanzania and not Kenya »



Source : photo de la lettre prise par l'auteur