



HAL
open science

Différences de perception entre touristes et habitants

Cécile Delmas

► **To cite this version:**

Cécile Delmas. Différences de perception entre touristes et habitants. Architecture, aménagement de l'espace. 2015. dumas-01764524

HAL Id: dumas-01764524

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-01764524>

Submitted on 12 Apr 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.

Copyright

Mémoire de séminaire : conditions de consultation

Ce document est protégé par le droit d'auteur (art. L. 112-1 du Code de la propriété intellectuelle).

L'auteur du document accorde les droits d'usages suivant :

	OUI	NON
Consultation sur place	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Impression	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Diffusion Intranet	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Diffusion Internet	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Exposition	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Publication non commerciale	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Différences de perception entre touristes et habitants

Cécile Delmas *avec la participation de*

Equipe enseignante :

Carl Hurtin
Noël Jouenne
Nadja Monnet
Clara Sandrini
Pierre Weidknnet
Mohammed Zendjebil

Doctorants :

David Esteban
Florian Faurisson
Thomas Lequoy

Etudiants :

Béata Borisova
Lara Fraisse
Marie Elie Gagné
Vladimir Krastev
Maiwen Roudaut

Carole Ficat
Cécile Marzorati

ECOLE NATIONALE SUPERIEURE D'ARCHITECTURE DE TOULOUSE
DOCUMENT SOUMIS AU DROIT D'AUTEUR

SOMMAIRE

INTRODUCTION	4
I- UNE ZONE TOURISTIQUE RESTREINTE QUI DEPEND DU DEVELOPPEMENT DE LA VILLE	19
La zone touristique suit la construction de la ville	19
Les touristes sont concentrés en bord de mer et hypercentre	32
Un constat qui ne convient pas à la municipalité	44
II- UNE IMAGE QUI COMMENCE A SE CREER BIEN AVANT L'ARRIVEE DU TOURISTE	50
Une vision globale	50
L'image formée avant le voyage	52
Image à priori	62
III- UNE PERCEPTION DIFFERENTE A L'ECHELLE D'UNE RUE, D'UN PARC	66
Rencontre et frontières	66
Perception influence comportement qui influence la perception	76
Différentes façons de marcher, différentes façon de voir	82
CONCLUSION	86
BIBLIOGRAPHIE	88
TABLE DES FIGURES	89
ANNEXES	92
Informations complémentaires sur la Bulgarie et Varna	92
Relevé	104
Entretiens	114

INTRODUCTION



Figures 1 - Marrakech 2011, 2 - Aachen 2013, 3 - Amsterdam 2013, 4 - Paris 2014, 5 - Cape town - 2014, 6 - Muraille de Chine 2009, 7 - Ubrique, Andalousie 2012 et 8 - Berlin 2013 : Cécile Delmas

Une seule image permet de représenter une ville de façon à l'identifier. Pourtant une infinité d'images ne suffirait pas à la décrire.

Ayant beaucoup voyagé, j'ai petit à petit acquis une expérience de touriste. Au départ, je suivais mes parents vers les divers monuments des villes qu'ils me faisaient visiter. Puis, moi-même je suis partie alternant villégiature en bord de plage et visites culturelles. J'ai commencé à apprécier des lieux, j'ai été touriste à divers endroits et plusieurs fois. Je suis allée de nombreuses fois à Paris mais pourtant je suis frustrée si je ne vais pas à Montmartre pour observer tous les clichés français réunis en un seul lieu. J'ai également été plusieurs fois à Barcelone, et malgré toutes les œuvres de Gaudi qu'il existe, c'est la casa Batlló que je visite chaque fois. J'ai commencé à avoir des habitudes de touriste. Et puis j'ai découvert de nouveaux lieux dans divers continents. Plus je partais loin, plus je me sentais loin de la réalité vécue par les habitants. A Marrakech, où j'étais devenue une gazelle magnifique pour que j'achète babouches et autres maroquinerie. En Chine, où j'ai fait ce tour organisé dans un minibus réservé à ce petit groupe de 10 français qui mangeaient dans des restaurants chics systématiquement. En Afrique du Sud, où j'étais tellement riche que je prenais le taxi dix fois par jour pour être sûre de ne pas me faire agresser. Mais j'ai été aussi en Andalousie avec juste une carte et une voiture découvrant des villages entièrement blancs au milieu de nulle part. Ou vécu quelques mois à Aachen mais tellement différemment des autochtones. Je me suis rendue compte qu'il était tellement difficile d'accéder à une culture. Même en étant trois mois dans un même lieu, et en travaillant avec des locaux je ne connaissais pas le dixième de leur façon de vivre.

Parallèlement, mes compagnons de voyage et moi nous disions toujours qu'il faudrait visiter Toulouse au lieu de partir si loin, qu'il y avait sûrement des endroits magnifiques. C'est un sentiment que de nombreuses personnes peuvent ressentir lorsqu'au cinéma cette publicité avec des images splendides vous suggère de visiter votre région. Je l'ai donc fait, avec mon petit guide, j'ai parcouru la ville. Rapidement, je me suis détournée du parcours, je connaissais la plupart des lieux proposés et certains que j'appréciais par-dessus tout ne s'y trouvaient pas.

En fait, j'en suis arrivée à la conclusion qu'une fois que l'on a une expérience importante en tant que touriste, on souhaite avoir l'image la plus complète et qui décrit le mieux le lieu qu'on visite. Pourtant l'inconnu nous fait peur et on accepte parfois de regarder le monument touristique par excellence comme on regarde un blockbuster américain. On ne sait jamais, on n'est là que pour quelques jours... L'image la plus complète serait celle qu'un habitant aurait de sa ville. L'image la plus réductrice c'est l'image symbole véhiculée dans le monde entier (la tour Eiffel pour Paris). C'est pourquoi, j'ai choisi de travailler sur les différences de perception entre touristes et habitants dans une ville.

INTRODUCTION

SYMBOLE



famiente



tourisme



imposant



original



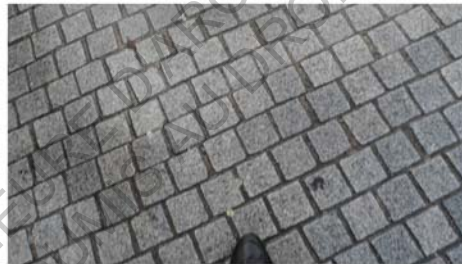
signal



quotidien



utile



ordinaire

BANALITE

RE-REGARDER



bousculer



apprécier

ECOLE NATIONALE SUPERIEURE D'ARCHITECTURE ET D'URBANISME DE TOULOUSE

Figure 9 : Corpus de 10 images, Cécile Delmas

Pour commencer à réfléchir à ce thème, sans être encore réellement documentée, j'ai choisi parmi un corpus d'images commun à l'ensemble du séminaire 10 images. Ces dix images semblaient répondre à la question ou me rappelaient des voyages. Chacune évoquait quelque chose pour moi en lien avec la perception d'une ville, une fois réunies, il en est ressorti trois thèmes : symbole, banalité et re-regarder.

Le chemin menant à la mer représente les vacances reposantes. Le mot qui décrirait le mieux cette image serait donc « farniente », ou ne rien faire. Quand au sphinx et ses trois palmiers, ils sont l'image des vacances culturelles ou le stéréotype du touriste qui va voir ce qui est « à voir ». Ces deux photographies symbolisent donc l'idée que l'on se fait d'une ville sans y avoir été ou en l'ayant parcourue brièvement. Elles sont une description habituelle de la ville, suffisantes pour l'identifier, mais bien trop réductrices pour la décrire dans son ensemble et sa complexité. Les images avec la bouteille de coca-cola, et les deux immeubles colorés sont des bâtiments marquants et imposants. Ils forment un signal très fort. Pour les usagers de la ville, leur apparence est si originale, qu'ils en oublient que ces immeubles ont une fonctionnalité. Ils ne prennent pas non plus la peine de regarder le reste de la rue. Ces bâtiments correspondent à des points précis connus dans la ville, ils sont des repères pour se situer, se donner rendez-vous. Chacune de ces photographies a été nommée avec une caractéristique de ce type de bâtiment mais les titres sont interchangeable.

Toutes ces images sont donc des symboles d'un lieu mais en aucun cas représentatif de celui-ci.

Par opposition, les trois images suivantes sont les parties d'une ville qu'on utilise mais que l'on ne voit pas ou ne voit plus. Chacune à sa manière fait partie de notre quotidien d'où leur titre « quotidien », « utile » et « ordinaire ». On les utilise, on passe devant mais on ne prend plus le temps d'apprécier les compositions qu'elles forment, le graphisme hasardeux qui apparaît. Ces objets deviennent une utilité avant d'être une partie de l'image de la ville pour ses habitants et ne valent même pas la peine d'être vus pour les touristes. Elles sont donc exactement le contraire des images précédentes. Pourtant les petits défauts de ces images sont tout autant appréciables. Si l'on prend le temps de les regarder elles sont, elles aussi, hors du commun, car elles sont uniques. Elles forment donc la partie oubliée d'une ville.

Pour avoir la perception la plus entière d'une ville et pouvoir l'apprécier totalement, il faudrait donc réapprendre à regarder cette partie à première vue ordinaire de la ville. C'est la thématique qui est introduite avec les deux dernières images. Il faut prendre le temps d'observer, et d'apprécier les images d'une ville. Ou peut-être qu'il faut perturber le quotidien du passant pour que celui-ci regarde. C'est ce que le miroir installé sur la place entraîne, les passants se mettent à le regarder et se voient évoluer dans la ville.

Je me suis ainsi rendue compte de certaines similitudes entre perception habitante et touristique au travers ces images.

**Dans le futur, les nouveaux
échanges commerciaux
transformeront
l'économie mondiale.**

www.hsbc.fr/danslefutur



Figure 10 : Publicité aéroport Charles de Gaulle , Paris, 2015, Cécile Delmas

En abordant le thème du tourisme étant moi-même touriste, je ne voulais pas condamner le touriste. J'ai donc lu, *L'idiot du voyage* de Jean-Didier Urbain qui s'attache à expliquer comment est né cette image péjorative du touriste. Il met en place des notions de «bon» et «mauvais» touriste basées sur l'image que le touriste peut avoir dans la société. Cependant dans ces notions, il ne faut pas comprendre qu'il y en a un bon et un mauvais mais plutôt que certains sont considérés comme bons car sortant des sentiers battus et d'autres mauvais car restant dans les traces du guide. Jean-Didier Urbain aurait plutôt tendance à défendre celui qu'il appelle le «mauvais touriste» car il considère qu'il n'y a pas réellement de bonne ou mauvaise pratique mais plutôt que c'est une résultante de l'offre proposée aux touristes et de l'expérience de chacun. Finalement quiconque pourrait être bon ou mauvais touriste en fonction de là où il va et l'accessibilité du pays et tout touriste commence par être «mauvais touriste» avant d'être «bon touriste». Mais surtout, être mauvais touriste dans le sens où Jean-Didier Urbain l'entend n'est pas nécessairement plus mal que d'être bon touriste.¹

En complétant cette lecture par *Désir d'ailleurs* de Franck Michel, j'ai pu voir à quel point cette question était compliquée. Il définit deux formes de tourisme qui ressemblent plus ou moins aux définitions de «bon» et «mauvais» touriste évoqué précédemment. Le premier est un tourisme organisé et assez massif, où les touristes sont plutôt villégiateurs. Celui-ci n'est pas propice à la rencontre avec l'autochtone mais il permet de préserver leur culture, les profits vont aux hôtels et commerces de luxe et à l'État. Dans ce cas, la culture que le touriste découvrira n'est pas de l'authentique et de la nature comme il l'aurait souhaité mais une mise en scène. Les autochtones montrent une certaine facette de leur civilisation comme un spectacle aux touristes, une facette parfois désuète et dépassée qui empêchent à leur société d'évoluer. Le second est un tourisme indépendant, l'accueil de touristes peut se faire dans des pensions familiales. Ce tourisme est très propice à la rencontre avec l'autochtone mais engendre un fort risque de « dégradation de la culture locale ». Les deux formes de tourisme ont des avantages et des inconvénients.²

C'est à ce moment que je me suis intéressée à la question du tourisme plus durable ou plus respectueux et me suis un peu perdue dans ce questionnement. Comme l'indique l'équipe MIT, de nombreux ouvrages condamnent les touristes et il devient difficile d'écrire sur le sujet de façon scientifique sans avoir d'a priori.³ Pour moi, ce n'était pas un touriste qui devait agir pour avoir un tourisme plus durable mais il fallait réfléchir à comment le mettre en confiance et lui proposer une offre claire afin que l'ensemble des pratiques touristiques forment un tourisme plus durable. Je me suis donc retrouvée avec une problématique de mémoire avec comme une envie un peu utopique de régler les problèmes mondiaux « comment l'urbanisme peut inviter à la rencontre en touristes et habitants pour un tourisme plus durable ? ».

1 URBAIN J-D, *L'idiot du voyage : Histoire de touristes*, Payot, Paris, 2002

2 MICHEL F., *Désir d'ailleurs*, Armand Colin, Paris, Chemins de traverse, 2000, p. 239

3 Equipe MIT, *Tourismes 1, Lieux communs*, Belin, Paris, 2008

ECOLE NATIONALE SUPERIEURE D'ARCHITECTURE DE TOULOUSE
DOCUMENT SOUMIS AU DROIT D'AUTEUR

La question du tourisme durable et du respect des touristes pour le pays visité est une question si vaste et les avis sont si divergents qu'il est impossible de la traiter dans un mémoire de master d'autant que ce n'était pas l'objet de recherche de départ. Jean-Didier Urbain lui-même malgré sa spécialisation en la matière a dû écrire une préface différente dans la deuxième édition de son livre « L'idiote du voyage » pour expliquer que malgré ce titre, au contraire, cet ouvrage se voulait défenseur du tourisme. Le tourisme est devenu tellement important qu'il a un impact notable en particulier sur la construction et la pratique des villes. C'est pourquoi, la question de la durabilité est posée, en effet on pourrait s'inquiéter des transformations que cela implique chez les habitants, si cela leur pose des problèmes. Mais le tourisme est aussi moteur de l'économie donc une activité que les institutions tentent de renforcer mais surtout une source de fierté pour les habitants, chose que je n'avais jamais vraiment rencontré en France mais qui avait l'air très présente à Varna.

Je garderai donc ces enjeux en tête mais resteraï focalisée sur ma question de départ qui s'intéressait aux différences de perception entre touristes et habitants. Au travers de cette question, je m'intéresse également à la notion de parcours et de partie de la ville visitée ce qui aura donc un lien avec les questionnements précédents sans pour autant parler de respect du tourisme.

Comme il s'agit d'un mémoire de master et que je n'ai eu qu'un an pour me familiariser avec le sujet du tourisme de façon théorique, je ne me considère pas suffisamment sachante pour théoriser sur le sujet en amont. En revanche, ma pratique du tourisme est pratiquement aussi longue que mon existence. Et pourtant comme le dit Philippe Duhamel, « on ne naît pas touriste, on le devient [...] cet apprentissage ne va pas de soi car il est synonyme de rencontres avec des personnes et des lieux ». ¹ Je vais donc utiliser les qualités que j'attribue aux touristes qui me permettent d'aller facilement à la rencontre de lieux et de personnes et utiliserai mes outils d'architecte afin d'objectiver mes observations. C'est-à-dire que je vais partir de mes observations de terrain puis ferai appel aux ouvrages qui me permettront de les interpréter afin de répondre à ma problématique qui sera expliquée ci-après.

Cette étude de terrain s'est faite en deux phases. Dans un premier temps, nous avons fait une analyse de la ville à distance. Puis, nous sommes allés durant douze jours dans la ville de Varna en Bulgarie. Nous étions un groupe de trois doctorants, deux étudiantes de parcours recherche et une équipe de master 1, de deux bulgares et trois françaises. Au cours de ces douze jours, cinq ont été consacrés aux relevés de terrain et aux entretiens à destination de ce mémoire, et le reste a été consacré à s'imprégner de l'atmosphère et la culture locale et à un workshop dans le quartier de Troshevo dans une logique de médiation entre acteurs politiques, habitants et entreprise de construction chargée de la rénovation du système de chauffage.

1 DUHAMEL P., « Le point sur ... » Le Tourisme, Lectures géographiques, Documentation photographique, La documentation française, Corlet, 2013, p.15

INTRODUCTION

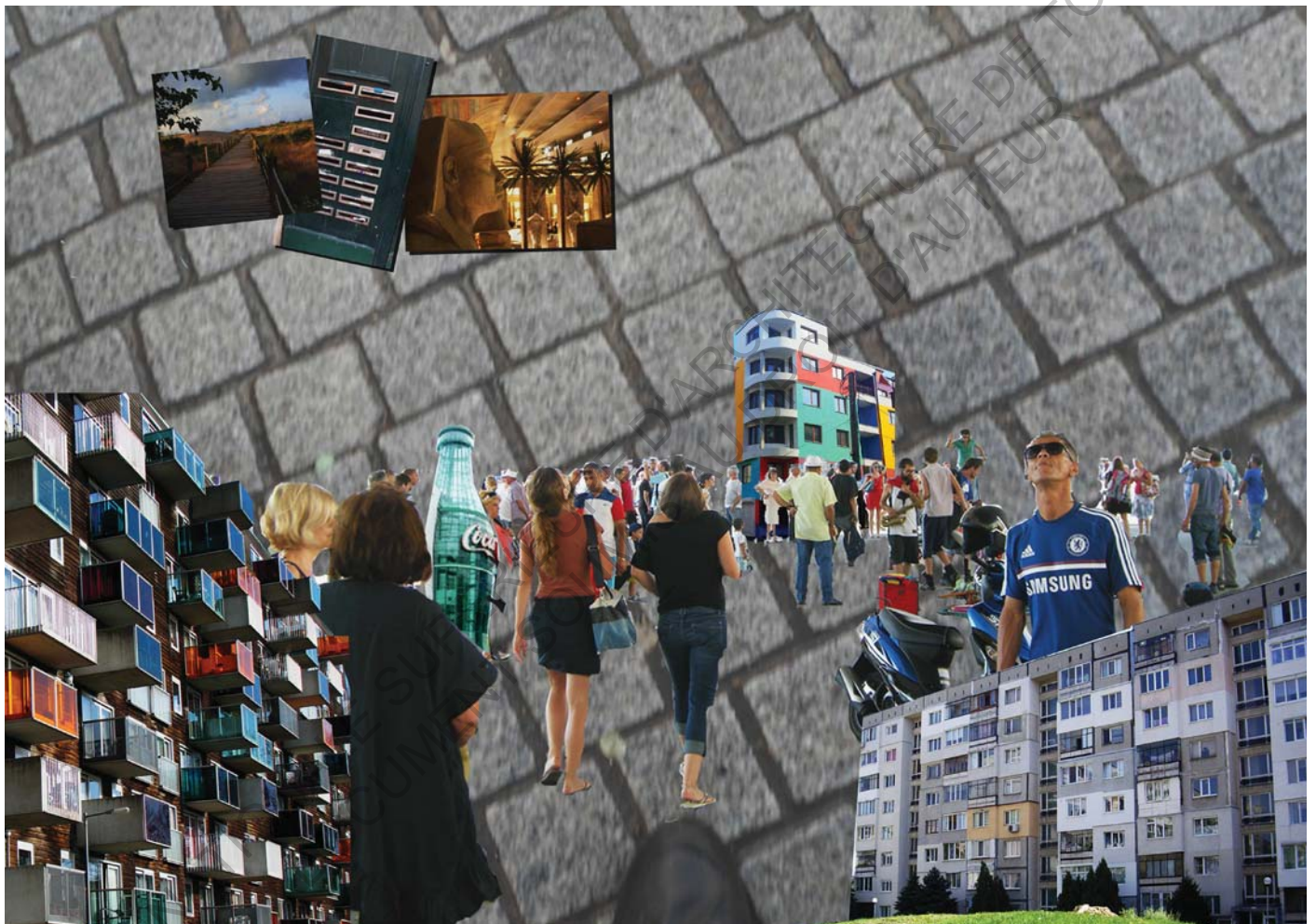


Figure11 : Image de la problématique, Cécile Delmas

Les différences de perception entre touristes et habitants dans une ville : comment cette perception se forme-t-elle ?

A partir des dix images choisies au départ, j'ai créé une seule image qui avait la volonté de résumer ma problématique. Dans ce collage, chaque image de départ a un sens différent de celui qu'elle avait lorsqu'on la regardait seule. Ceci est aussi vrai pour les éléments d'une ville. Pris à part ils ont un certain sens, dans leur contexte, ils en ont un autre.

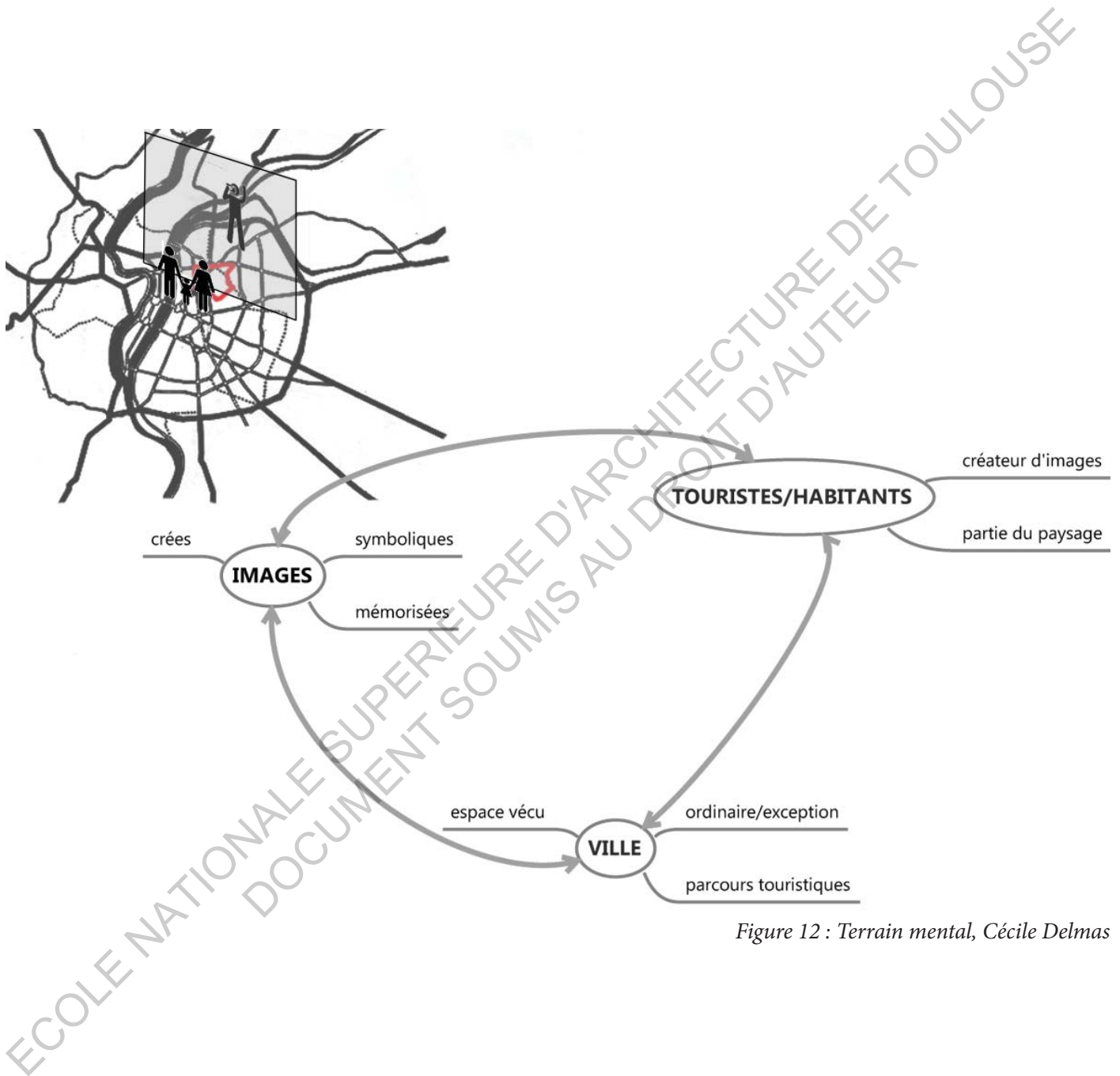
La photo des pavés représentait la banalité, un élément peu esthétique de la ville. Dans ce collage, c'est la partie la plus importante. Elle est le cadre, elle représente la ville, elle est l'espace à parcourir et découvrir.

Le pied situé en bas du collage symbolise l'engagement dans cet espace, le touriste se trouve aux portes de la ville, qui sont les deux bâtiments, l'un ordinaire et l'autre exceptionnel. Je trouvais intéressant de réunir ces deux types d'éléments de ville dans un même symbole pour ce montage. Le touriste va suivre un parcours représenté par la bouteille de coca-cola et l'immeuble coloré. Son parcours d'après mon hypothèse de départ est restreint dans la ville contrairement à celui de l'habitant.

Au sein de la ville, habitants et touristes s'entremêlent. Ils apparaissent derrière les portes de la ville sur ce collage. La question est de savoir comment les habitants et les touristes créent leur perception de ville en parcourant l'espace commun. Pour cela, je vais m'intéresser à deux échelles. D'une part l'échelle de la ville qui permet de s'intéresser au parcours de chacun, aux zones pratiquées et oubliées qui influencent la perception de la ville. D'autre part, à des échelles plus zoomées, à des espaces partagés qui permettent de comprendre les différences de perception dans un même espace.

Mes trois images en haut à gauche symbolisent des cartes postales. Une carte postale, est une photographie d'une ville qui a été jugée être une image suffisamment représentative et valorisante de la ville. Les cartes postales sont le symbole d'éléments remarquables d'une ville que ses habitants ne voient plus ou ne regardent plus. C'est aussi pour moi une représentation du spectacle proposé au touriste et du parcours restreint qu'on lui propose. J'ai aussi intégré parmi ces trois petites images la photo des boîtes aux lettres, qui symbolisaient l'ordinaire d'une ville dans ma sélection d'images. Les touristes ne prennent pas le temps de regarder ce genre d'éléments, et les habitants n'en voient plus que leur fonctionnalité. J'ai choisi de mettre cette image au même niveau que les deux autres pour deux raisons. J'é mets l'hypothèse que l'habitant est blasé de la ville qui l'entoure, que ce soit monument ou quotidien, sa routine l'empêche de l'apprécier et il se contente de l'utiliser. J'é mets l'hypothèse que cet élément peut être autant apprécié que les autres, s'il évoque certains souvenirs par exemple. Enfin, la foule a une place si importante car je suppose que chacun fait partie de la perception des autres et l'influence soit par l'observation soit s'il y a interaction.

INTRODUCTION



La « ville » est le point de départ de la réflexion. Dans le cas des touristes, elle prend la forme d'un parcours restreint. Dans le cas des habitants, l'espace vécu peut être plus large, ou du moins l'habitant a plus facilement accès aux informations qui concernent la ville. Entre ses connaissances personnelles, les médias, il peut plus facilement choisir son parcours dans la ville. Pour un touriste sortir des sentiers battus et donc de ce parcours restreint proposé demande un effort supplémentaire.

On part donc du postulat que les touristes et habitants ne pratiquent pas les mêmes zones de la ville. On peut supposer également que les habitants s'intéressent à de l'ordinaire et de l'exceptionnel alors que les touristes s'intéressent majoritairement à l'exceptionnel. Ceci a un lien avec la perception de la ville.

C'est pourquoi « images » est mon second thème. On s'intéresse à trois types d'images ici. Il y a les images créées qui sont le résultat du processus de perception, les images mémorisées et les images symboliques. Les images mémorisées sont entendues ici comme celles que l'on connaît et qui représentent un espace vécu. Suivant ce que l'habitant vit, il va retenir certaines parties de ville qui participent à l'image globale qu'il se fait de la ville. De plus, pour analyser ce qu'il voit, l'individu compare à ce qu'il connaît. La mémoire intervient donc à la fois pour les touristes et les habitants. Les images symboliques signifient ici celles communiquées. Je pense particulièrement aux images que le touriste obtient avant de se rendre dans la ville.

Les « touristes et habitants » sont un seul thème pour mon sujet. Lorsqu'on perçoit une ville, on la perçoit occupée, à la fois par ses habitants et par les touristes. Ils sont donc des éléments de la ville qui influencent la perception de l'autre. De plus, s'il y a interaction, on peut supposer que cela aura un impact sur la perception de l'autre.

J'utiliserai comme point de départ comme définition de la perception le modèle d'Antoine S. Bailly et le compléterai en fonction de mon étude de terrain. Ce mémoire s'organisera ensuite en trois parties. La première s'intéressera à la zone pratiquée par les habitants et les touristes, à travers son histoire et actuellement du point de vue du tourisme. La seconde sera consacrée à la sensation de « connu » et par extension à l'image proposée par les informations touristiques en amont du voyage. Enfin, la dernière partie s'intéressera aux différences d'usages et de perception entre touristes et habitants dans un même espace.

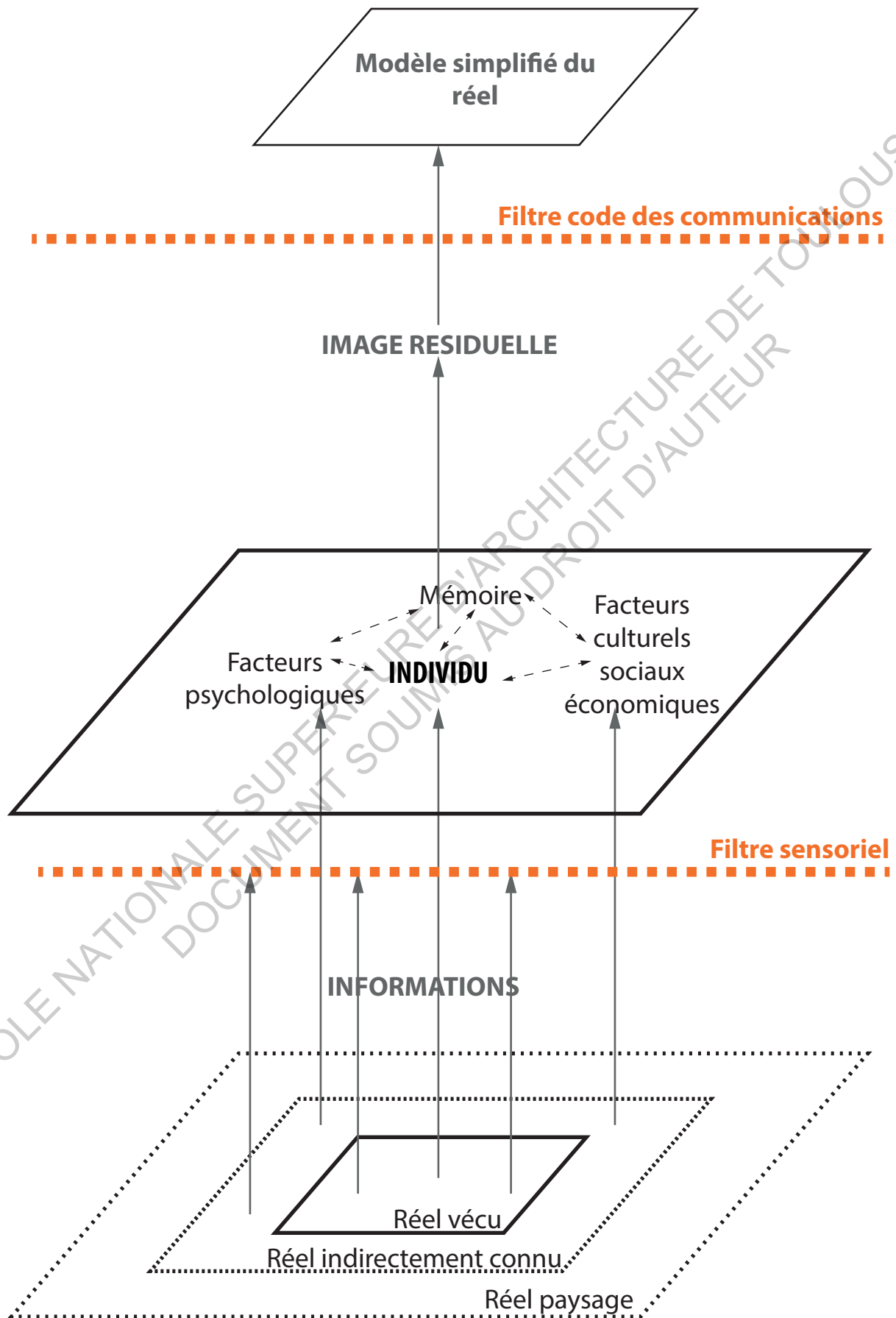


Figure 13 : Processus de perception selon Antoine S. Bailly, Cécile Delmas

« Dans une ville les éléments qui bougent, en particulier les habitants et leurs activités, ont autant d'importance que les éléments matériels statiques. Nous ne faisons pas qu'observer ce spectacle, mais nous y participons, nous sommes sur la scène avec les autres acteurs. Le plus souvent notre perception de la ville n'est pas soutenue, mais plutôt partielle, fragmentaire, mêlée d'autres préoccupations. »¹

Cette citation est intéressante pour deux raisons, d'une part elle montre l'importance du processus de perception dans le rapport touriste/habitant et inversement et d'autre part elle confirme notre hypothèse d'image partielle.

En effet, nous constatons qu'en ce qui concerne la ville, l'image que l'on en a est restreinte, il y a des zones plus ou moins connues. Hiérarchiquement, les zones où l'on vit, où l'on travaille, où l'on se rend pour nos loisirs et le centre ville sont parfaitement connues, celles se trouvant sur les trajets reliant tous ses points le sont un peu moins, celles que l'on ne pratique pas mais dont on entend parler dans les médias sont encore un peu plus floues et enfin les zones restantes sont très floues. Notre perception de la ville est donc limitée et propre à chacun.

Nous retiendrons le modèle de processus de perception de Bailly suivant : Le réel (paysage, indirectement connu, et connu) « envoie » des informations à l'individu qui par le biais de ses sens limités n'en retient qu'une partie. Ensuite, par son vécu, sa culture et son besoin de comprendre, l'individu transforme les informations reçues en une image résiduelle. Enfin, lorsqu'il souhaite transmettre cette image, l'individu est à nouveau bridé par ses capacités de communication limitées et crée une image simplifiée. Les images transmises servent ensuite à engendrer et orienter le comportement dans une certaine direction. La suite logique du cheminement est que les actions ont un impact sur le vécu. On en conclut que le processus de perception influe sur le comportement et inversement. Mais l'ensemble image-action a une inertie car les images simplifiées se rattachent à l'information reçu, connu et l'ensemble image-action ne se modifie que s'il y a un fort élément perturbateur du réel vécu.

La création d'images dépend de plusieurs critères. Si l'on s'intéresse au modèle d'Antoine S. Bailly, il y en a trois :

- L'échelle
- Les schémas logiques
- Les repères.²

Je ferai appel à ces critères au fur et à mesure du mémoire.

1 LYNCH K., L'image de la cité, Editions Dunod, Paris, 1969, p.2

2 BAILLY A. S., « La perception des paysages urbains, Essai méthodologique », Espace géographique Tome 3, n°3, Paris, 1974, p. 211-217

I- UNE ZONE TOURISTIQUE RESTREINTE QUI DEPEND DU DEVELOPPEMENT DE LA VILLE

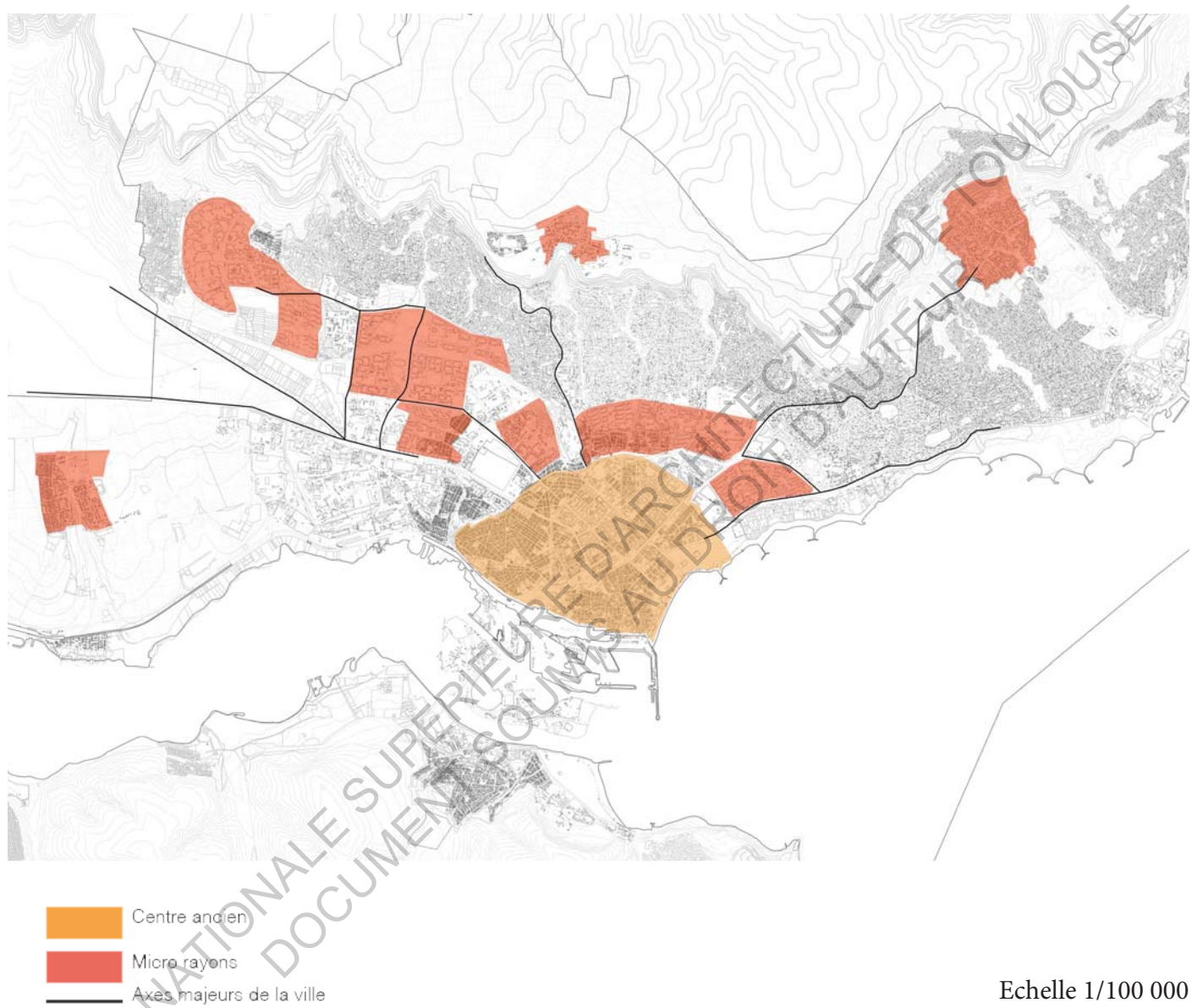


Figure 14 : Carte des microrayons-Corpus collectif CRAB 2014-2015

Intéressons-nous à la zone pratiquée par les touristes et les habitants.

Comme l'indiquait Antoine S. Bailly, pour les habitants, certaines zones sont claires comme le lieu de résidence, les lieux utiles au quotidien comme le lieu d'emploi, le lieu d'achat, ou encore les lieux où l'on se rend pour sa distraction comme le centre ville ou les lieux d'habitation des amis.¹

Si l'on suit ce modèle, la zone pratiquée par un habitant pourrait être constituée à Varna d'un ou quelques micro rayons, des malls et du centre ville.

Je vais maintenant essayer de connaître quelle partie de ville est pratiquée par les touristes en m'intéressant également à l'évolution de cette zone au cours de la construction de la ville. Cependant, il faut prendre conscience du fait que je vais ainsi délimiter la zone du groupe «touriste» donc obtenir une zone beaucoup plus large que celle réellement parcourue par un individu.

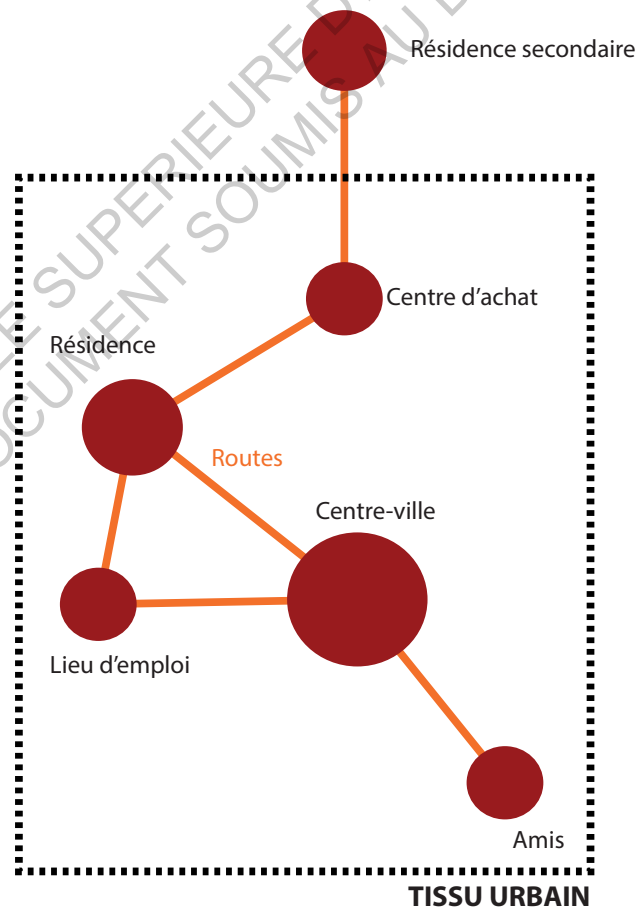
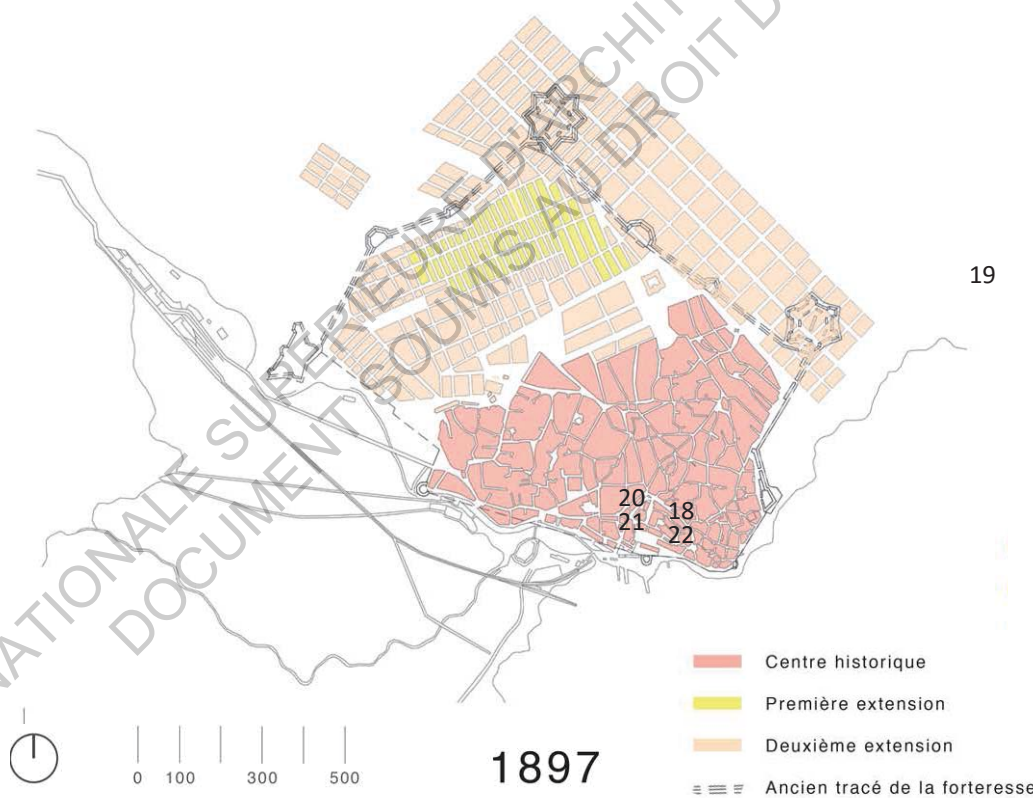
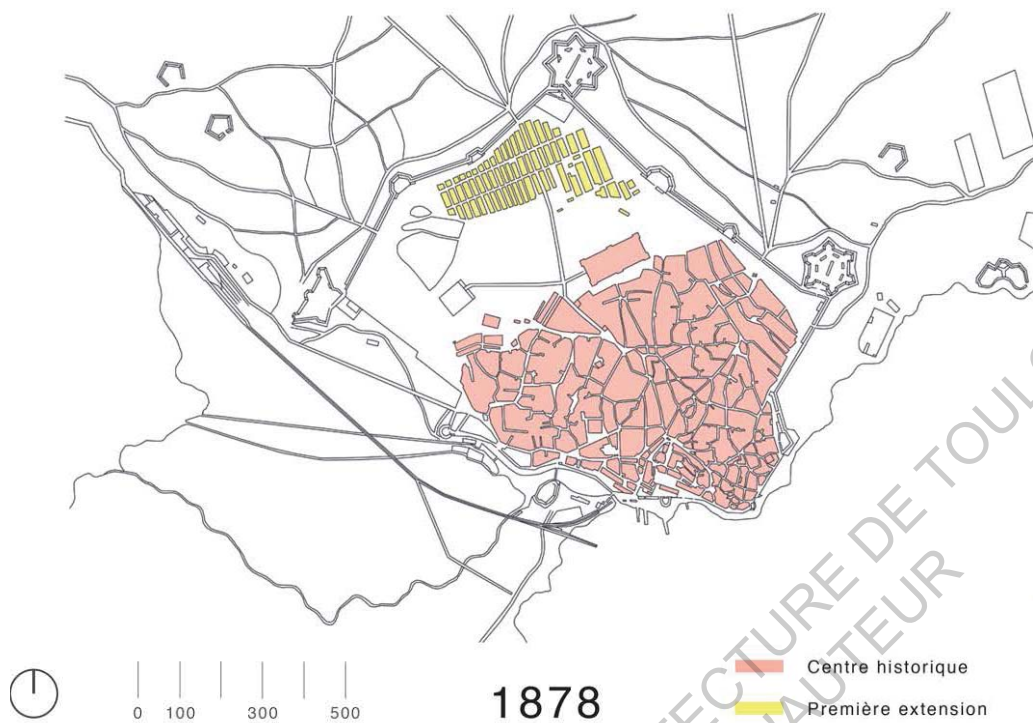


Figure 15 : Appréhension de la ville d'après Antoine S. Bailly, *La perception des paysages urbains*

1 BAILLY A. S. opus cit.

I- UNE ZONE TOURISTIQUE RESTREINTE QUI DEPEND DU DEVELOPPEMENT DE LA VILLE



Figures 16 et 17 : Cartes historiques 1878, 1897 d'après Archives municipales, Corpus collectif CRAB 2014-2015



Figure 18 : 1900



Figure 19 : 1902



Figure 20 : 1903

Les informations sur l'Histoire du tourisme à Varna sont difficiles à trouver depuis la France. En collaboration avec Beata Borisova, Lara Fraisse, Marie-Elie Gagné, Vladimir Krastev et Maiwen Roudaut, nous avons réalisé une étude rapide de l'Histoire Bulgare. Nous avons étudié la Bulgarie en retraçant les grands évènements qui marquèrent son histoire afin de comprendre la constitution de cette nation et son évolution au fil des siècles. La Bulgarie est un territoire au carrefour entre l'Orient et l'Occident qui s'est fait envahir par de multiples civilisations au cours de son histoire.

J'ai mis en parallèle une analyse succincte de la construction de la ville basée sur la reconstitution de cartes historiques à partir des archives municipales avec l'étude brève d'un corpus de cartes postales. J'ai utilisé pour cela deux sites de vente en ligne, un allemand et un français que j'ai consulté durant le mois de juin 2015. Les cartes datent de 1900 à 1991, je n'ai tenu compte que de celles qui étaient datées, la majorité viennent du second site français car le premier n'indiquait que rarement la date. Pour la plupart, ce sont donc des cartes postales envoyées à l'Ouest, le verso écrit en français permet d'être conforté dans cette idée. Elles ne permettent pas de juger l'ampleur du tourisme national dans l'Europe de l'Est.¹ Je garderai en tête les évènements historiques retracés en annexe et m'appuierai également sur l'article de Jean Poncet, Le développement du tourisme en Bulgarie qui s'intéresse au tourisme actuel mais date de 1976.

L'évolution de la ville de Varna va être influencée par les évènements historiques de l'ensemble de la Bulgarie. En 1878, lors de l'indépendance de la Bulgarie, libérée de l'emprise ottomane, la ville est encore fortifiée par des remparts qui l'encerclent.

Quelques années plus tard, après la destruction de la forteresse, une extension de la ville se développe en dehors du tracé des anciens remparts. Un axe fort de la ville émerge en suivant l'ancien tracé d'une partie des remparts. Le nouveau parcellaire vient s'adosser perpendiculairement à cet axe et s'organise de manière très orthonormée.

Les premières cartes postales apparaissent en 1900, il y en a assez peu, le tourisme doit débuter.

Cinq éléments sont majoritairement représentés sur les cartes postales : la rue Preslavka, le Palais princier Euxinograd, le monument de Varna et la Cathédrale.



Figure 21 : 1903



Figure 22: 1907

1 <http://www.ak-ansichtskarten.de> et www.delcampe.fr

I- UNE ZONE TOURISTIQUE RESTREINTE QUI DEPEND DU DEVELOPPEMENT DE LA VILLE



Figure 23 : 1919



Figure 24 : 1919



Figure 25 : 1919

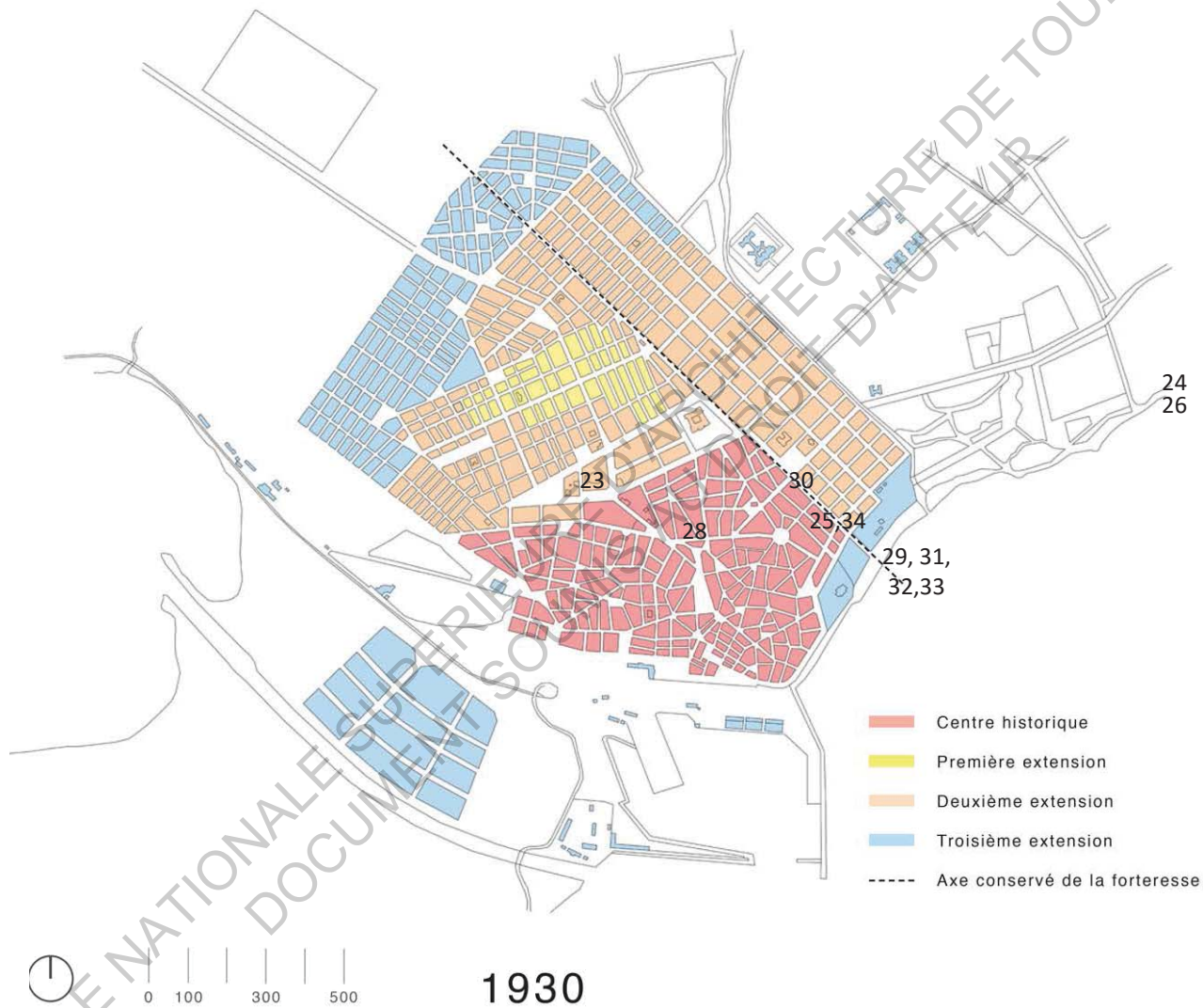


Figure 35 : Carte historique 1930 d'après Archives municipales, Corpus collectif CRAB 2014-2015



Figure 29 : 1926



Figure 30 : 1926



Figure 31 : 1927

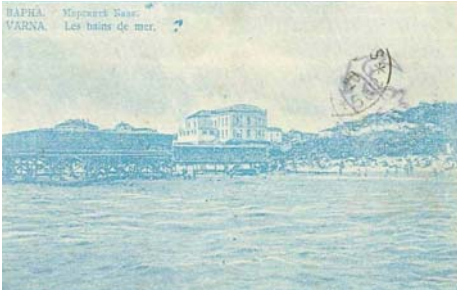


Figure 26 : 1920



Figure 27 : 1920



Figure 28 : 1921

De 1907 à 1918, je n'ai trouvé aucune carte postale. Je peux supposer que le tourisme souffre du fait des guerres des Balkans dans lesquelles la Bulgarie est impliquée à deux reprises entre 1912 et 1918. A partir de 1918, de nouvelles cartes postales apparaissent, la cathédrale et le palais du prince euxinograd sont toujours représentés. S'y ajoutent La place Moussalla, actuellement nommé Nezavisimost, la place du commerce mais aussi les bains de mer et le jardin maritime.

En 1930, sous le régime autoritaire du Tsar Boris III, l'axe des anciens remparts est toujours conservé et renforcé par de nouvelles extensions périphériques. L'une s'étend vers l'intérieur des terres et une autre vers la mer noire. Le port maritime et ses alentours se développent, offrant une nouvelle ouverture vers la mer.

A partir de 1926 et jusqu'au début des années 30, Varna connaît un boom touristique. Les cartes postales continuent de représenter les éléments précédents ainsi que le Boulevard Maria Louisa mais elles représentent surtout les bains, le jardin maritime et les sables d'or. L'analyse des cartes postales porte à penser que jusque là, le tourisme était plutôt culturel, il paraît se transformer en tourisme balnéaire profitant de la côte de la mer noire.¹



Figure 32 : 1928



Figure 33 : 1932



Figure 34 : 1939

1 <http://www.ak-ansichtskarten.de> et www.delcampe.fr

I- UNE ZONE TOURISTIQUE RESTREINTE QUI DEPEND DU DEVELOPPEMENT DE LA VILLE

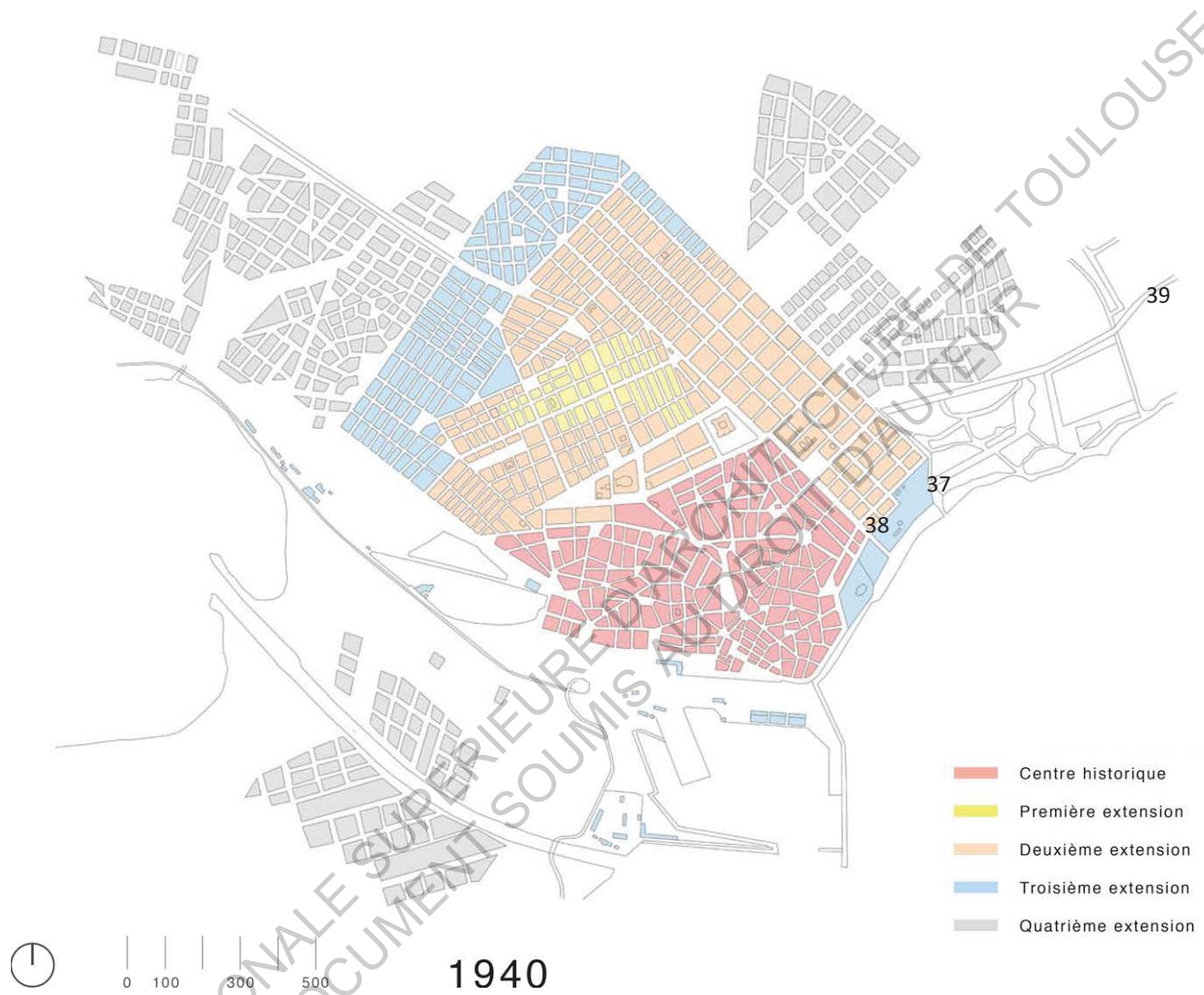


Figure 36 : Carte historique 1940 d'après Archives municipales, Corpus collectif CRAB 2014-2015



Figure 37 : 1943



Figure 38 : 1949



Figure 39 : 1952

En 1940, durant la deuxième guerre mondiale, l'expansion de la ville suit désormais trois directions, est, ouest et nord. L'extension côté mer continue à se développer sur la rive sud-ouest. Les extensions est et nord suivent un développement moins ortho-normé que les précédentes.

Pendant cette période, les cartes postales se font très rares. Au vu des événements historiques il n'est pas surprenant que les touristes d'Europe de l'Ouest se fassent plus rares. Cependant, il est difficile de savoir si pendant cette période, le tourisme national et le tourisme au sein de l'URSS étaient existants. ¹

ECOLE NATIONALE SUPERIEURE D'ARCHITECTURE DE TOULOUSE
DOCUMENT SOUMIS AU DROIT D'AUTEUR

1 <http://www.ak-ansichtskarten.de> et www.delcampe.fr

I- UNE ZONE TOURISTIQUE RESTREINTE QUI DEPEND DU DEVELOPPEMENT DE LA VILLE

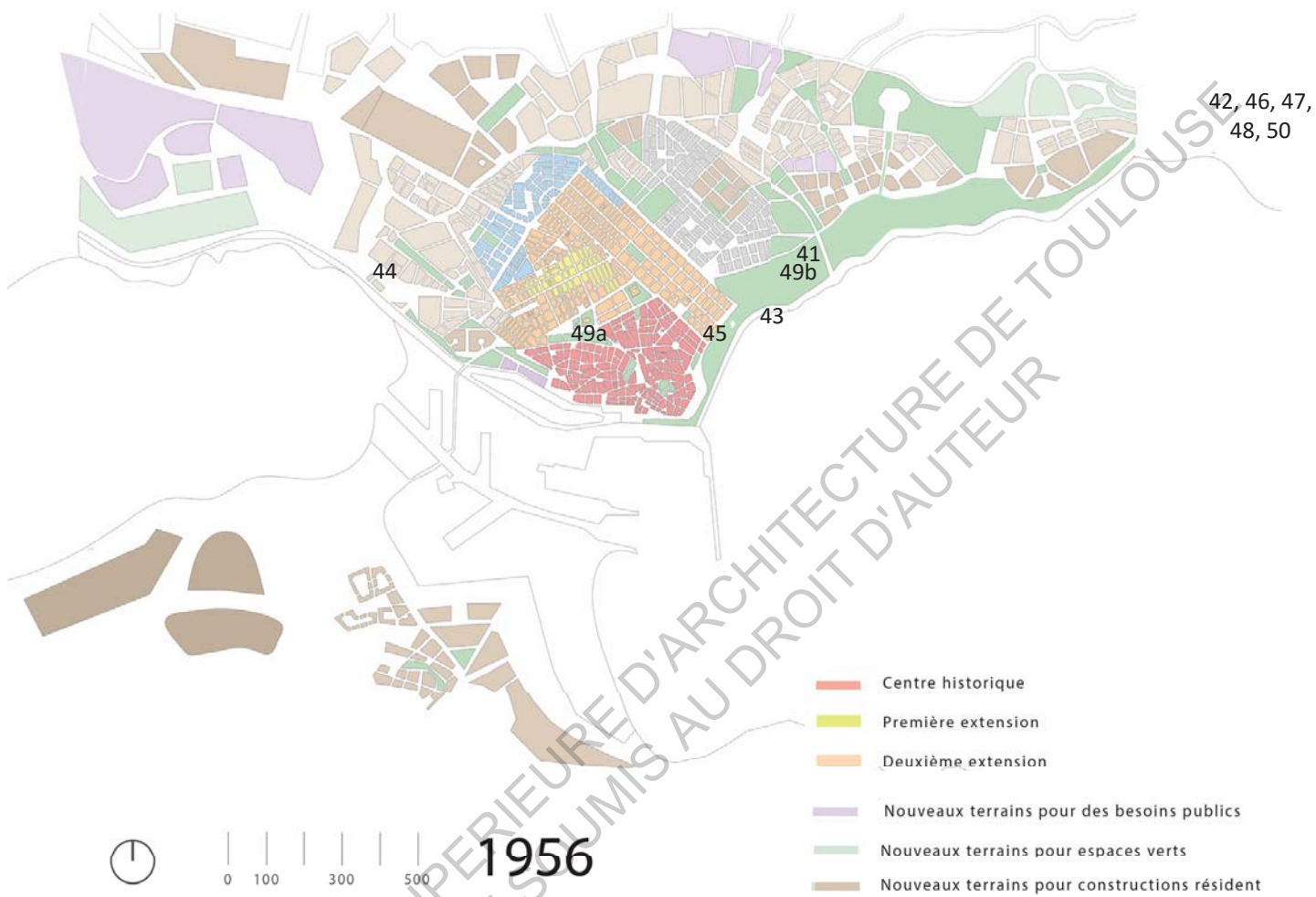


Figure 40 : Carte historique 1956 d'après Archives municipales, Corpus collectif CRAB 2014-2015

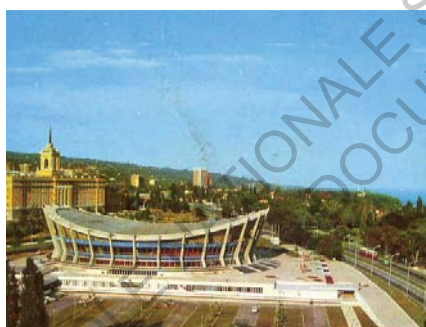


Figure 41: 1954



Figure 42 : 1956



Figure 43 : 1956

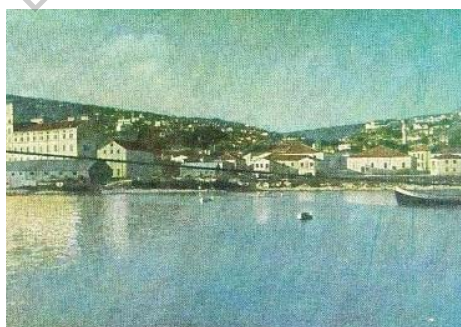


Figure 44 : 1956



Figure 45 : 1960



Figure 46 : 1961

De 1953 (mort de Staline) à 1985 (arrivée de Gorbatchev au pouvoir), la Bulgarie connaît la période du Jivkovisme et devient un état satellite de l'URSS

L'engagement de la Bulgarie aux côtés de l'URSS lui a offert pendant des années une protection économique et militaire, mais sa fidélité au bloc l'a éloigné des pays occidentaux. La fin du culte de la personnalité à la mort de Staline permet une libération pour les artistes et les intellectuels. L'abandon de la propagande a permis de remettre l'homme au centre des préoccupations de penseurs.

A Varna, le développement de la zone industrielle est orienté à l'ouest le long du port et de la ligne TGV. Celui de la zone résidentielle est orienté au nord et l'espace de loisirs le long de la côte de la Mer Noire. Un système vert de la ville se développe avec l'extension du parc maritime et la conception de nombreux jardins. L'industrialisation et l'urbanisation ont conduit à une croissance rapide de la population de Varna.

Ceci correspond également avec le redémarrage du tourisme à Varna. Les cartes postales deviennent plus nombreuses à partir de 1953. Le climat ne semble pas propice au tourisme, pourtant il s'organise. En 1963, se crée la Direction générale du tourisme qui se transforme en 1966, en Comité interministériel de gestion et de promotion du grand tourisme. Avant, le tourisme était géré par des entreprises touristiques de l'Etat et des associations nationales. A ce moment, il connaît un tournant puisque se crée un ministère du loisir et du tourisme.¹ Les sables d'or qui sont une plage importante de Varna, apparaissent dans les années 50.

²



Figure 47 : 1967



Figure 48 : 1969

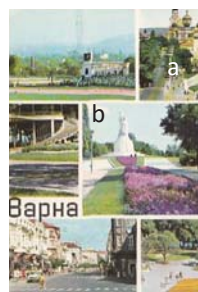


Figure 49 : 1969



Figure 50 : 1969

1 PONCET J. Le développement du tourisme en Bulgarie, Paris, 1976

2 <http://www.ak-ansichtskarten.de> et www.delcampe.fr

I- UNE ZONE TOURISTIQUE RESTREINTE QUI DEPEND DU DEVELOPPEMENT DE LA VILLE

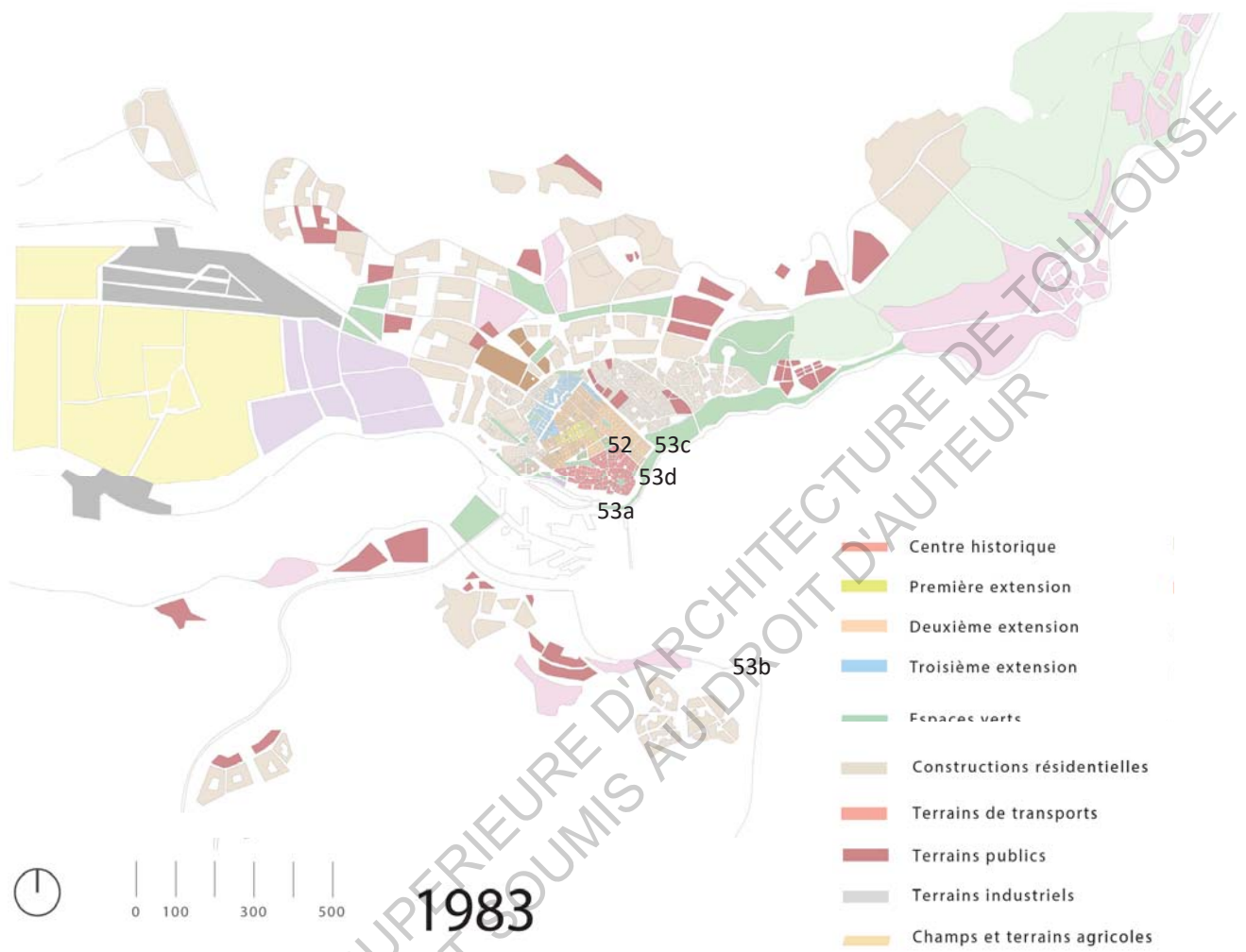


Figure 51 : Carte historique 1983 d'après Archives municipales, Corpus collectif CRAB 2014-2015



Figure 52 : 1985

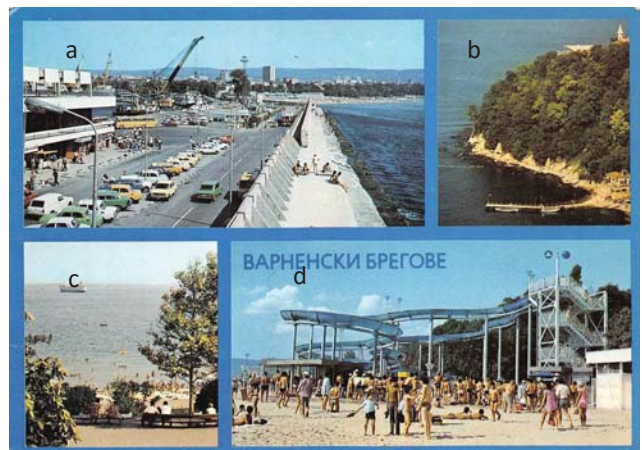


Figure 53 : 1987

La Bulgarie s'est tournée vers l'Ouest pour chercher des partenaires économiques après que l'URSS se soit retirée de la gestion économique des pays de l'est, cette période a coïncidé avec celle de la libération des esprits et des écrits.

A Varna, de nombreux logements sont construits au début des années 60 en réponse à la crise du logement. Le premier complexe résidentiel de Varna est «Chaïka» situé au nord-est du centre historique, à côté du parc maritime. Les complexes résidentiels suivants : «Levski», «Troshevo», «Mladost I et II», «Renaissance», «Apricot garden» et «Varnenchik» sont situés à l'ouest et nord-ouest près de la zone industrielle. La direction nord-est du développement de la ville est réservée pour les fonctions de loisirs et de tourisme.

Les cartes postales se font moins nombreuses mais il est difficile de savoir si les touristes occidentaux se font moins nombreux ou si elles ne sont pas assez anciennes pour être vendues. La mairie est représentée pour la première fois ici ainsi que le port industriel plutôt que de plaisance.

1

I- UNE ZONE TOURISTIQUE RESTREINTE QUI DEPEND DU DEVELOPPEMENT DE LA VILLE

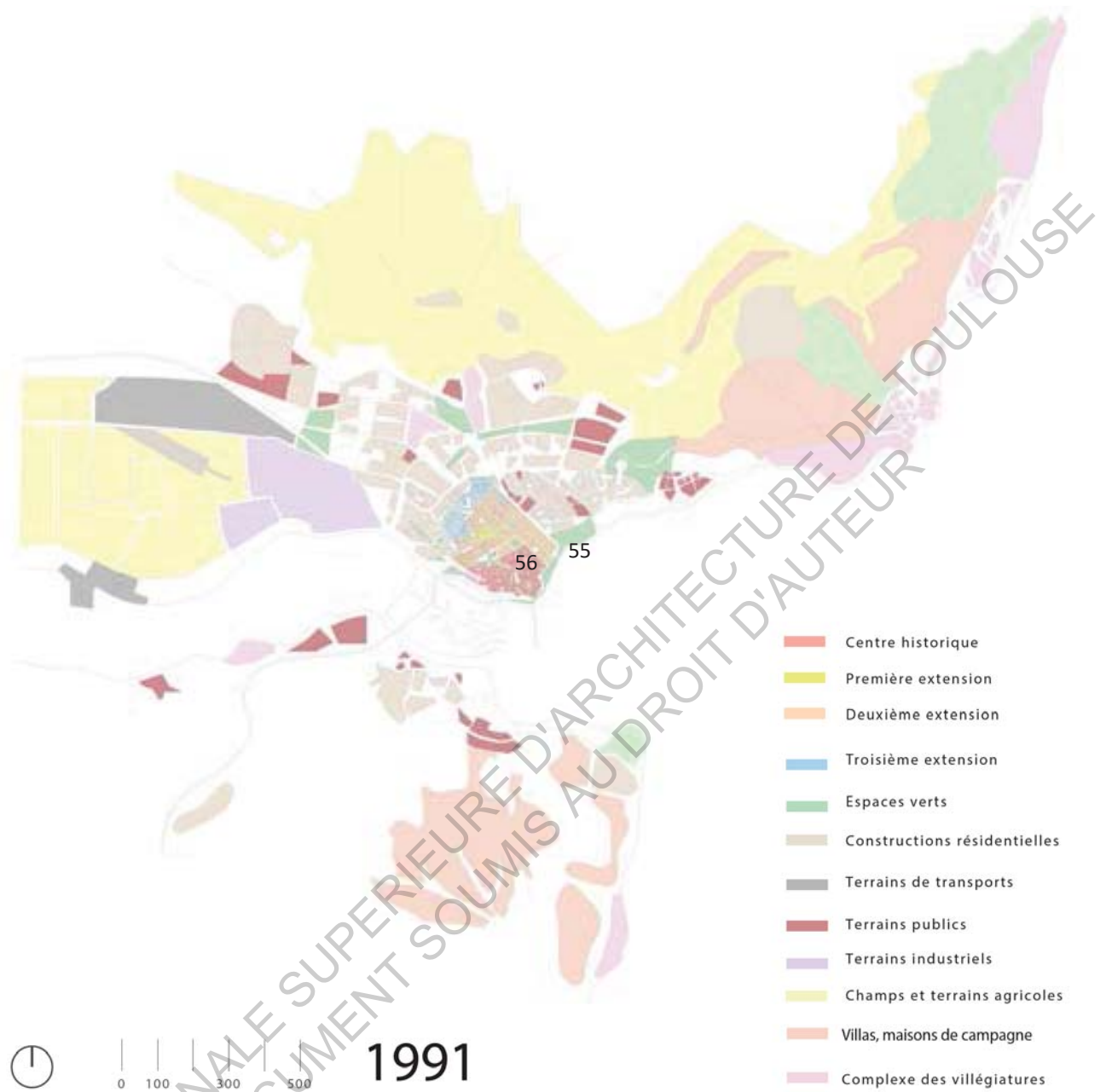


Figure 54 : Carte historique 1991 d'après Archives municipales, Corpus collectif CRAB 2014-2015



Figure 55 : 1991

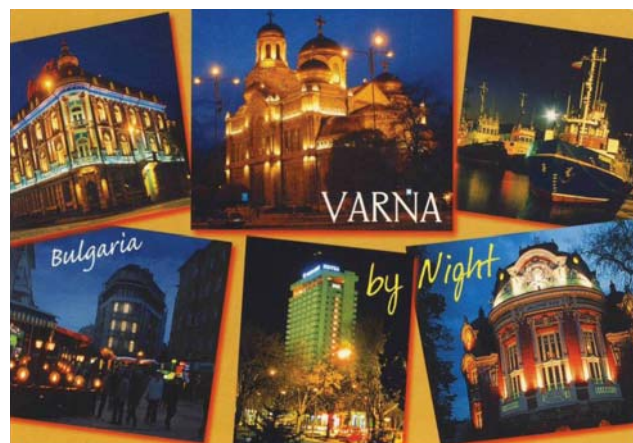


Figure 56 : 1997

En 1991 a lieu la chute du parti communiste.

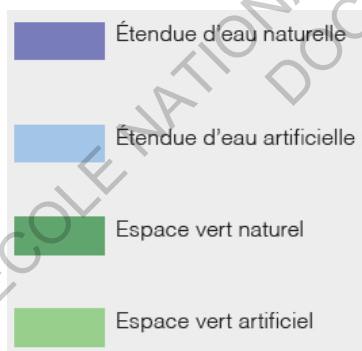
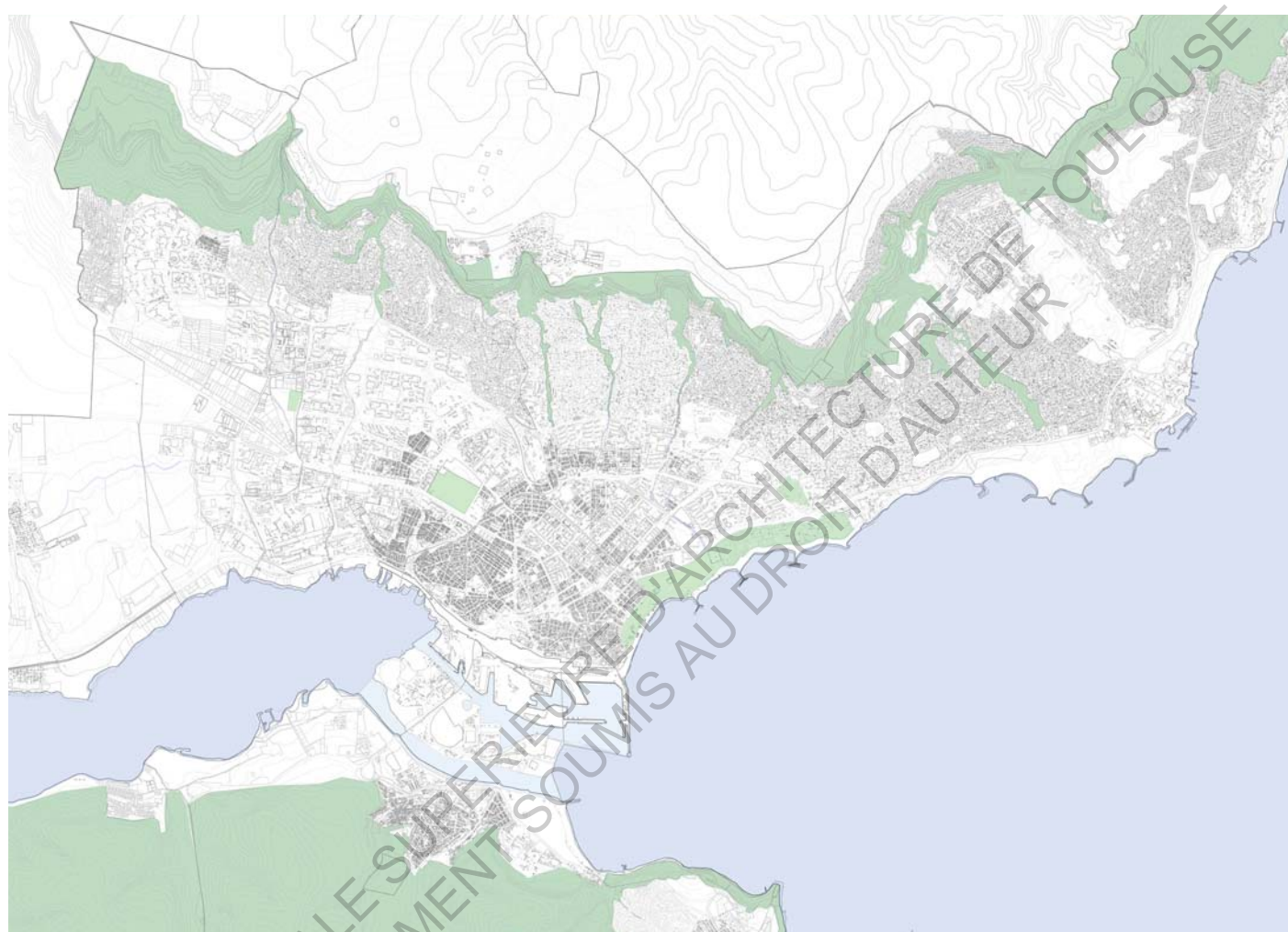
A Varna, la zone du logement continue de s'étendre.

En ce qui concerne les cartes postales, là encore elles sont peu nombreuses. La ville est représentée de façon différente : vue d'ensemble et Varna de nuit. Il y a peut être un souhait de diversification du tourisme mais il y a peu d'informations sur le sujet.¹

En mettant en parallèle le corpus de cartes postales et l'Histoire de la Bulgarie, il apparaît que les guerres ont un impact fort sur le tourisme. Le tourisme à Varna semblait attirer les Européens de l'Ouest. Enfin, le développement de la ville et le développement touristique semblent liés puisque leur ouverture sur la mer est simultanée et que la zone touristique s'agrandit légèrement au fur et à mesure que la ville s'étend mais principalement le long de la côte.

1 <http://www.ak-ansichtskarten.de> et www.delcampe.fr

I- UNE ZONE TOURISTIQUE RESTREINTE QUI DEPEND DU DEVELOPPEMENT DE LA VILLE



Echelle 1/100 000

Figure 57 : Paysage de Varna, Corpus collectif CRAB 2014-2015

Les touristes sont concentrés en bord de mer et dans l'hypercentre

Après avoir vu que le type de tourisme et la zone touristique étaient liés au cours de l'Histoire avec la construction de la ville, intéressons-nous à l'état actuel de la zone touristique. Pour cela, je vais commencer par présenter brièvement la ville dans son état actuel pour ensuite déterminer les zones qui sont touristiques.

La ville s'étend sur 238 km² entre le plateau Franga à 356m au nord et le plateau Avren au sud.¹ Sur les zones les plus pentues, difficilement constructibles se trouvent de grandes forêts en partie protégées. La ville est également limitée par la mer à l'Est et va donc se développer essentiellement vers l'Ouest.

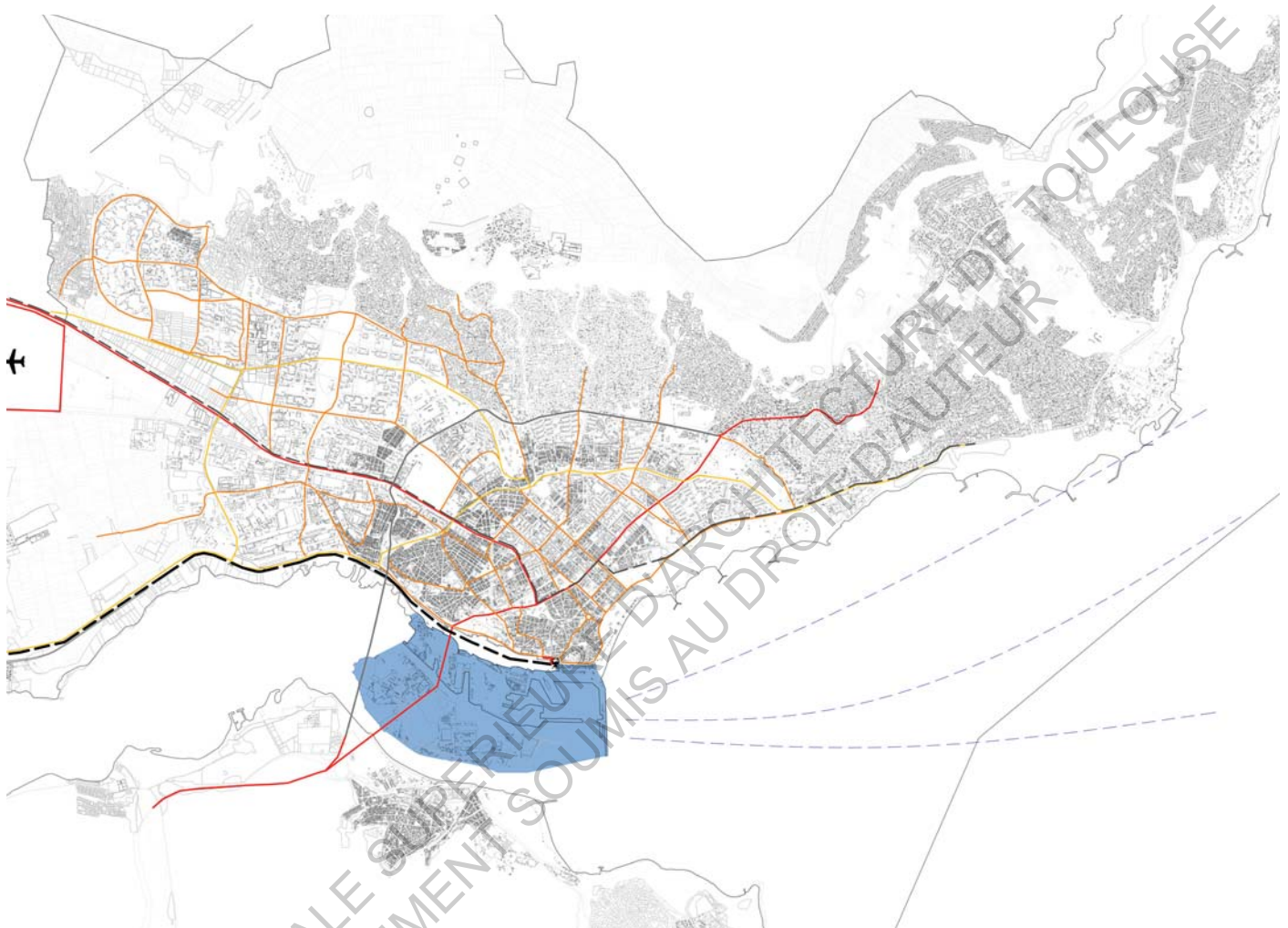
Deux canaux sont construits entre le lac de Varna et la baie, permettant d'implanter le port et de favoriser l'échange avec la Mer Noire.

« Le parc de Primorski » est un des plus grands jardins maritimes d'Europe, et s'étend le long de la côte. Cet espace vert artificiel est un haut lieu touristique.²

1 GILEV G. et DIMOVA B., Local Action Plan City of Varna, URBACT, 2011

2 <http://agup.varna.bg>

I- UNE ZONE TOURISTIQUE RESTREINTE QUI DEPEND DU DEVELOPPEMENT DE LA VILLE



Réseaux routiers

- Autoroute urbaine catégorie 1
- Autoroute urbaine catégorie 2
- Artère régionale
- Projet axe routier catégorie 1

Réseaux de transports

- - - Réseau principal de transport en commun
- — — Voie ferrée
- — — Liaisons maritimes
- Port de Varna
- Gare/ aéroport

Echelle 1/100 000

Figure 58 : Transports, Corpus collectif CRAB 2014-2015

Les touristes sont concentrés en bord de mer et dans l'hypercentre

Varna est accessible par avions, par bateaux (port de Varna), trains et par liaisons entre ports de la mer noire.

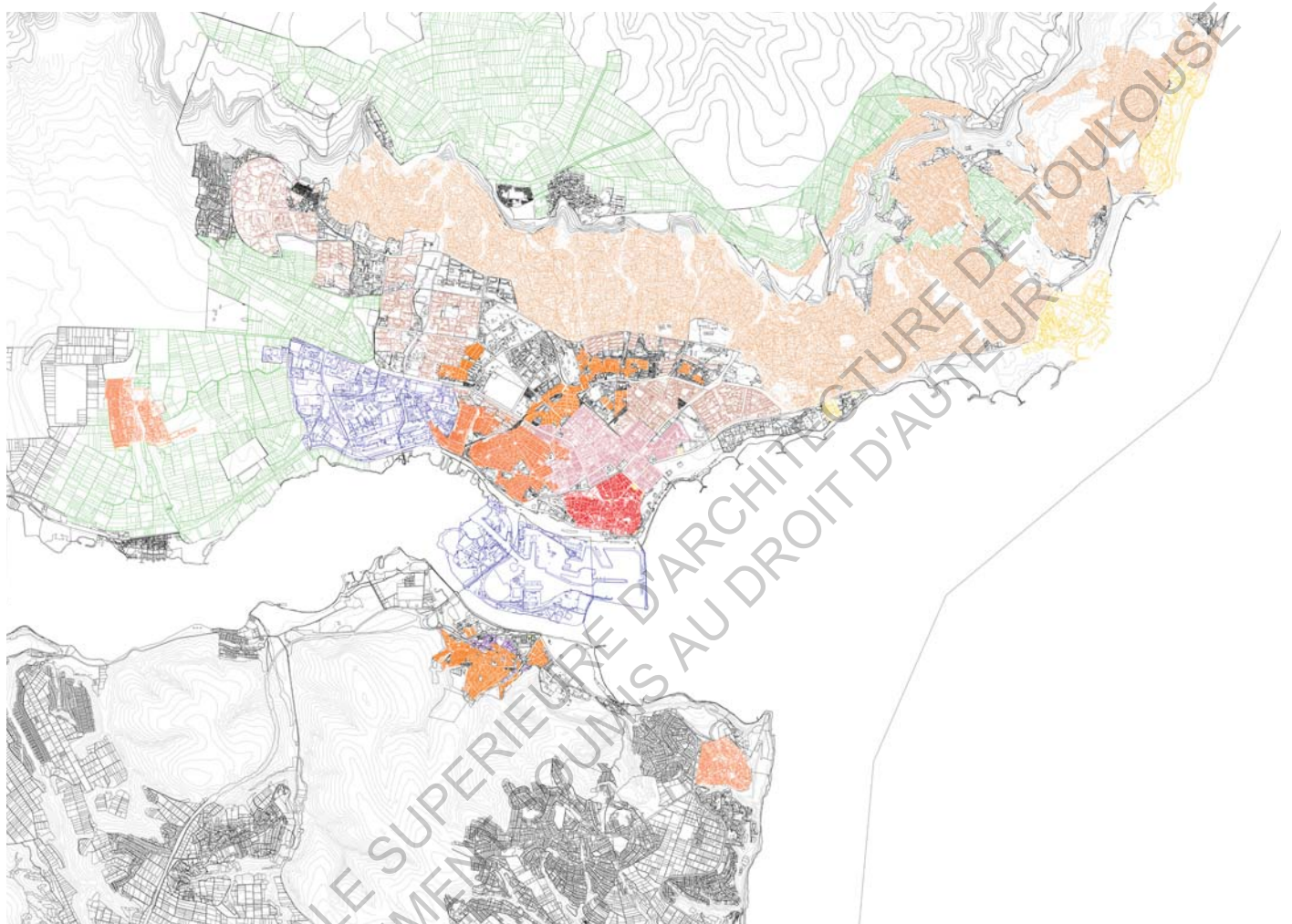
Au sein de la ville de Varna deux axes majeurs traversent la ville du Nord au Sud et d'Est en Ouest. Un projet prévoit de remplacer cet axe nord sud par un boulevard périphérique faisant le tour du centre ville.

Des axes secondaires viennent compléter ces liens majeurs. A partir de ceux-ci se développent les artères de la ville suivant les formes urbaines (concentriques dans le centre historique et orthogonales dans les extensions).

Le réseau de transport en commun est constitué uniquement de bus. Il est peu développé excepté l'axe important reliant Vladislavovo aux villégiatures, traversant le quartier commercial et le centre ancien.¹

1 <http://agup.varna.bg>

I- UNE ZONE TOURISTIQUE RESTREINTE QUI DEPEND DU DEVELOPPEMENT DE LA VILLE



Typologies des logements

- Centre ancien
- Maisons individuelles
- Maisons à architecture vernaculaire
- Petits collectifs
- Grands ensembles
- Hôtels-villégiatures
- Industries
- Industries maritimes
- Agriculture
- Terres agricoles

Echelle 1/100 000

Figure 59 : Typologie, Corpus collectif CRAB 2014-2015

Les touristes sont concentrés en bord de mer et dans l'hypercentre

La côte est davantage une zone de loisirs, où l'on trouve les hôtels et villégiatures. Les installations dédiées aux transports (gare) et aux industries se trouvent près du lac et des canaux artificiels (port de Varna).

On retrouve des terres agricoles au nord de la ville sur le plateau Franga et à l'ouest des industries.

Zones résidentielles : on peut distinguer le vieux Varna par sa structure radio concentrique dont l'emprise est restée dans celle de l'ancienne muraille. On observe un étalement dense de petits collectifs, autour de cette structure sur une grille orthogonale. La ville s'est ensuite développée principalement vers l'ouest par différents projets et planifications de plus faible densité. On distingue deux catégories d'habitations parmi ces projets : des maisons individuelles et des grands ensembles. La ville s'est également développée sur les zones les moins pentues des collines. Il s'agit de maisons individuelles sans organisation urbaine puisque le site a déterminé l'implantation.

Les habitations sont coincées entre les paysages naturels et agricoles et les quartiers industriels et touristiques.

ECOLE NATIONALE SUPERIEURE D'ARCHITECTURE DE TOULOUSE
DOCUMENT SOUMIS AU DROIT D'ACCES

I- UNE ZONE TOURISTIQUE RESTREINTE QUI DEPEND DU DEVELOPPEMENT DE LA VILLE



Figures 60 et 61 : Prospectus office du tourisme visible en annexe p.96

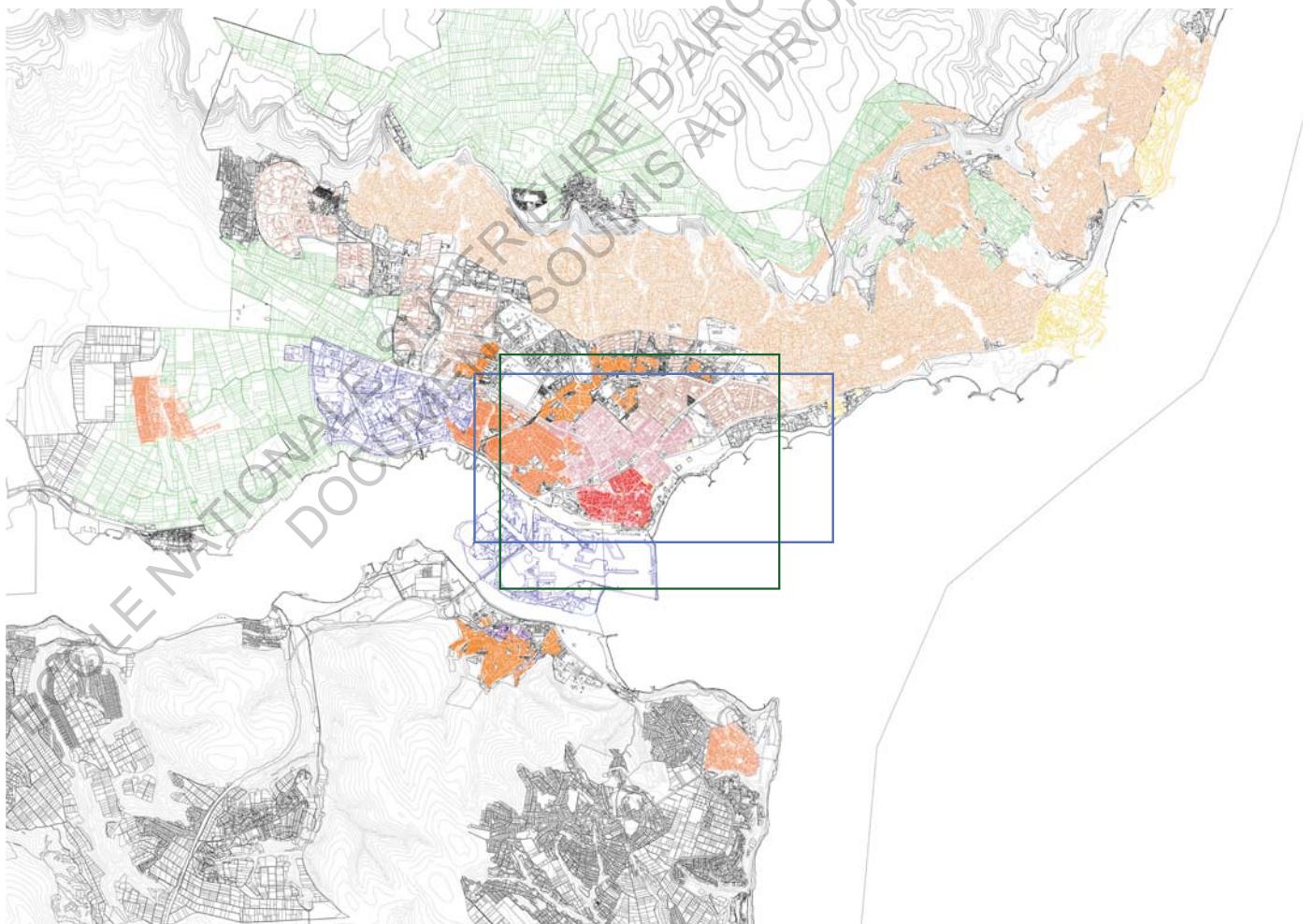


Figure 62 : Emprise des plans touristiques, Cécile Delmas et Corpus collectif CRAB 2014-2015

Les touristes sont concentrés en bord de mer et dans l'hypercentre

Lors de mes visites à l'office du tourisme, j'ai récupéré deux plans qui sont donnés aux touristes gratuitement pour se repérer dans la ville visible ci-contre. Je les ai ensuite reporté sur un plan de la ville à l'échelle travaillée précédemment (figure 62). Ces plans proposent un cadrage très resserré de la ville et je peux supposer que les touristes s'aventurent peu en dehors de ces limites.

Il faut distinguer plusieurs formes de tourisme à Varna. Le sociologue N. Graburn distingue différentes formes de tourisme qui peuvent se recouper : le tourisme culturel qui englobe le tourisme historique, le tourisme ethnique et le tourisme de nature qui se partage entre le tourisme écologique et le tourisme environnemental lui-même divisé entre le tourisme récréationnel (sport, plage) et le tourisme convivial (activités de groupe). Le tourisme environnemental intègre donc le villégiateur. Jean-Didier Urbain remet en cause ce modèle en ce qui concerne l'opposition entre culture et nature. Il conclut que différentes formes de tourisme peuvent se pratiquer en un même lieu et que la même forme de tourisme peut se pratiquer en des lieux différents.¹ C'est en effet le cas de la ville de Varna. Certains touristes vont dans des hôtels de la côte pour profiter des offres all inclusive et de la plage de l'hôtel. Parmi ceux-là, certains iront visiter le centre - ville pour quelques heures. D'autres touristes, dans des hôtels peut être plus au centre iront à la plage au centre et profiteront donc davantage du centre-ville et des musées.² Enfin, il y a également du tourisme d'affaire. L'hôtel Chernomorec se destine particulièrement à cette clientèle.³

Les zones en dehors des plans ne font donc pas partie du parcours du touriste à part pour ceux qui résident dans les hôtels de bord de mer qui sont hors du cadrage. Il n'est pas possible de dire pour autant qu'elles sont absentes de sa perception car ces zones peuvent être vues notamment grâce au panorama ou grâce au bus qui va des hôtels au mall en traversant certaines.

1 URBAIN J-D., opus cit.

2 Entretien avec le directeur de l'office du tourisme

3 Entretien avec l'hôtesse d'accueil du Chernomorec

I- UNE ZONE TOURISTIQUE RESTREINTE QUI DEPEND DU DEVELOPPEMENT DE LA VILLE

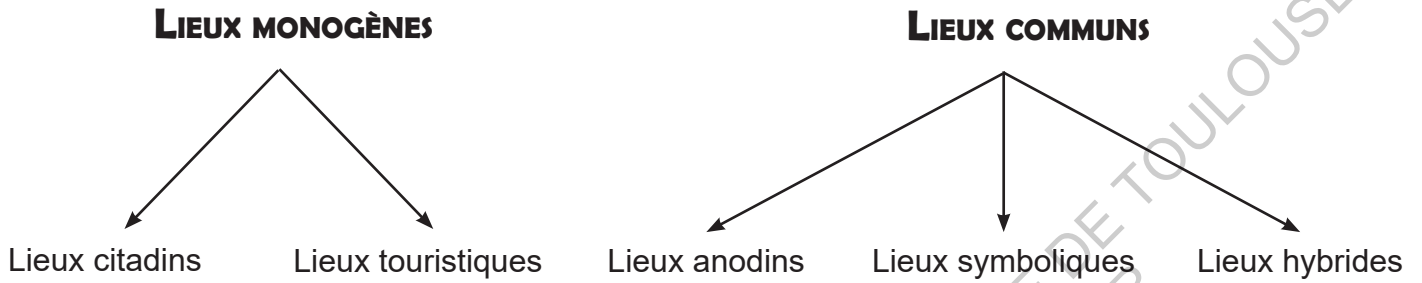


Figure 63 : Echelle d'interaction touristes-habitants, Cécile Delmas d'après le texte de Bernadie-Tahir N

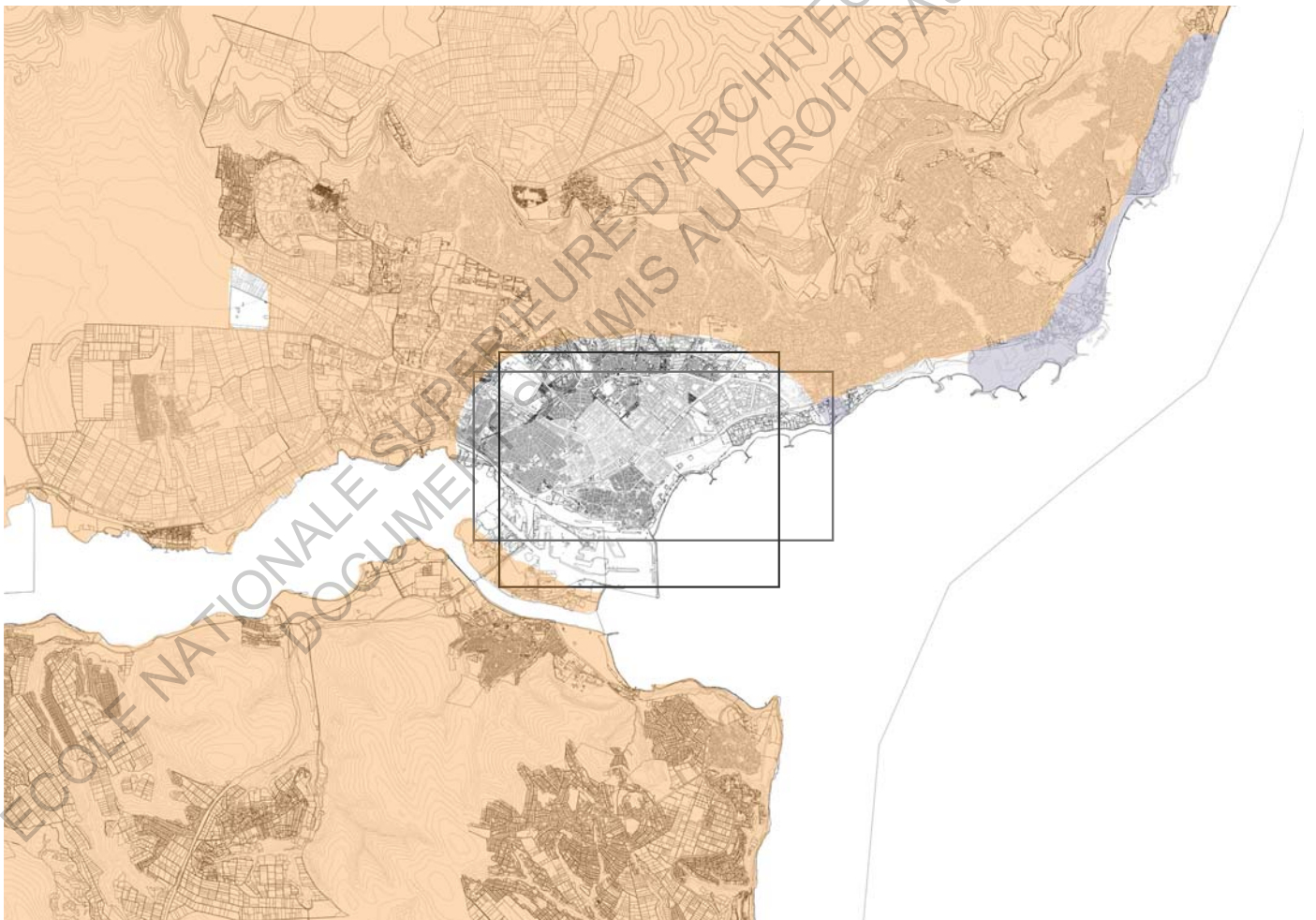





Figure 64 : Lieux monogènes, Cécile Delmas

-  Emprises présentées sur la carte précédente
-  Lieux citadins
-  Lieux touristiques

Les touristes sont concentrés en bord de mer et dans l'hypercentre

Connaître les zones exclusivement touristiques, exclusivement habitées et partagées est aussi intéressant car la perception influence le comportement qui lui-même influence la perception des autres. Je me suis donc intéressée au modèle de Nathalie Bernadie-Tahir qui propose une échelle d'interaction pour classer les lieux. Cette échelle est un point de départ qui propose cinq types de lieux.

Les lieux monogènes sont des lieux pratiqués exclusivement par les touristes ou exclusivement par des habitants, il n'y a pas de mélange. Lorsqu'ils sont exclusivement utilisés par les habitants, elle les nomme les lieux citadins et sinon les lieux touristiques.

Ensuite, elle propose trois degrés d'interaction pour les autres lieux :

Les lieux anodins sont des lieux où l'espace est partagé mais où les interactions sociales et culturelles sont extrêmement réduites. L'interaction est seulement visuelle.

Les lieux symboliques sont ceux qui ont une charge symbolique pour la population locale mais où le touriste est toléré voir potentiellement intégré.

Enfin, les lieux hybrides sont des lieux où se produit une rencontre entre touristes et habitants qui ne partagent pas uniquement l'espace mais ont des échanges et des interactions culturelles.¹

En fonction des observations précédentes, je peux donc délimiter un périmètre approximatif de la zone citadine ici représentée en orange. Les hôtels sont des lieux touristiques qui ne sont pas visités par les habitants excepté par les employés. Cependant, je peux supposer qu'à travers les médias, le bouche à oreille, et la proximité de certaines habitations, les habitants en ont image. Ces zones exclusivement touristiques apparaissent ici en bleu. Pour les zones restantes, il faudra réaliser une étude à plus grande échelle pour savoir quelle type d'interaction elles accueillent..

1 BERNADIE-TAHIR N., «Quand les touristes rencontrent les habitants : territoires et lieux communs dans la ville de Zanzibar, in sous la direction de DUHAMEL P. et KNAFOU R., Mondes urbains du tourisme, Belin, Paris, 2007

I- UNE ZONE TOURISTIQUE RESTREINTE QUI DEPEND DU DEVELOPPEMENT DE LA VILLE

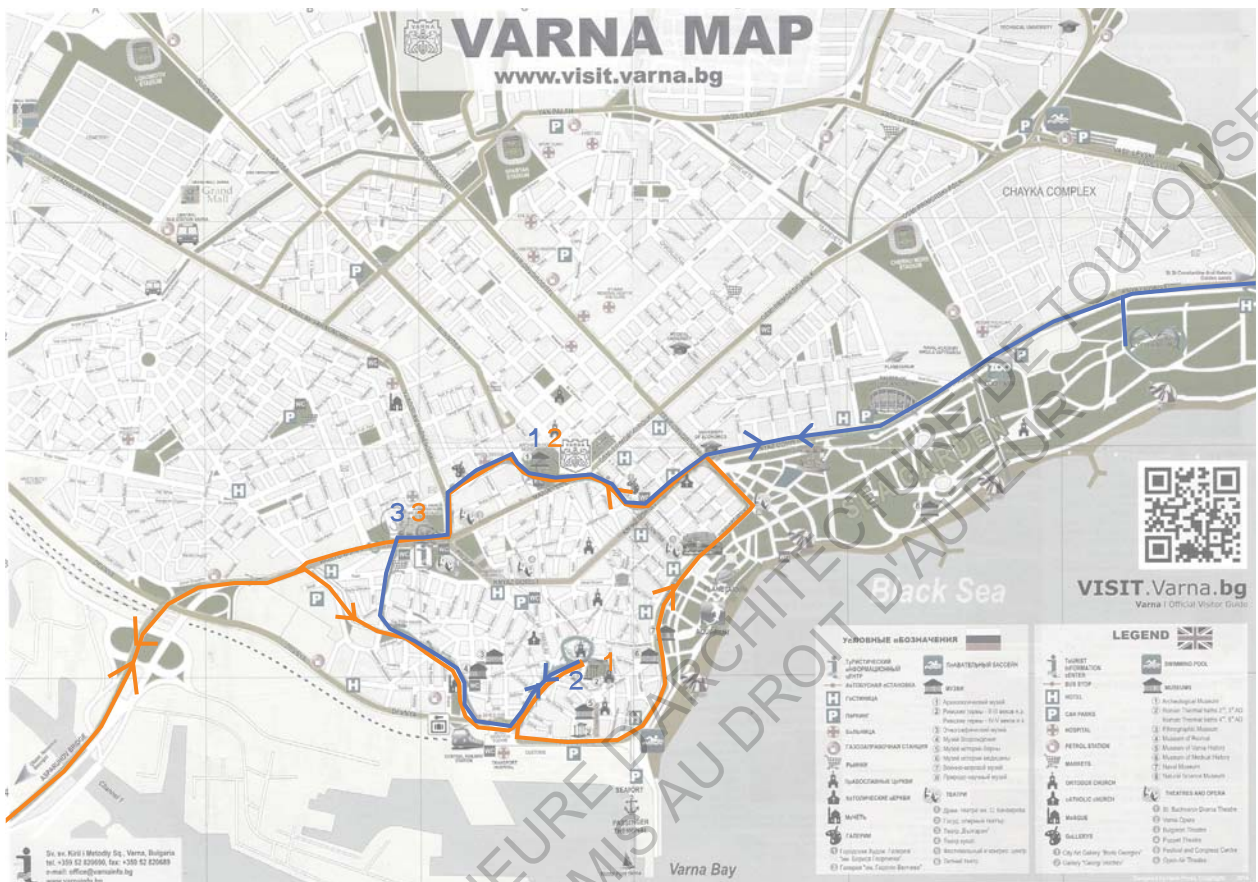


Figure 65 : Tours organisés, d'après entretien directeur office du tourisme, Cécile Delmas

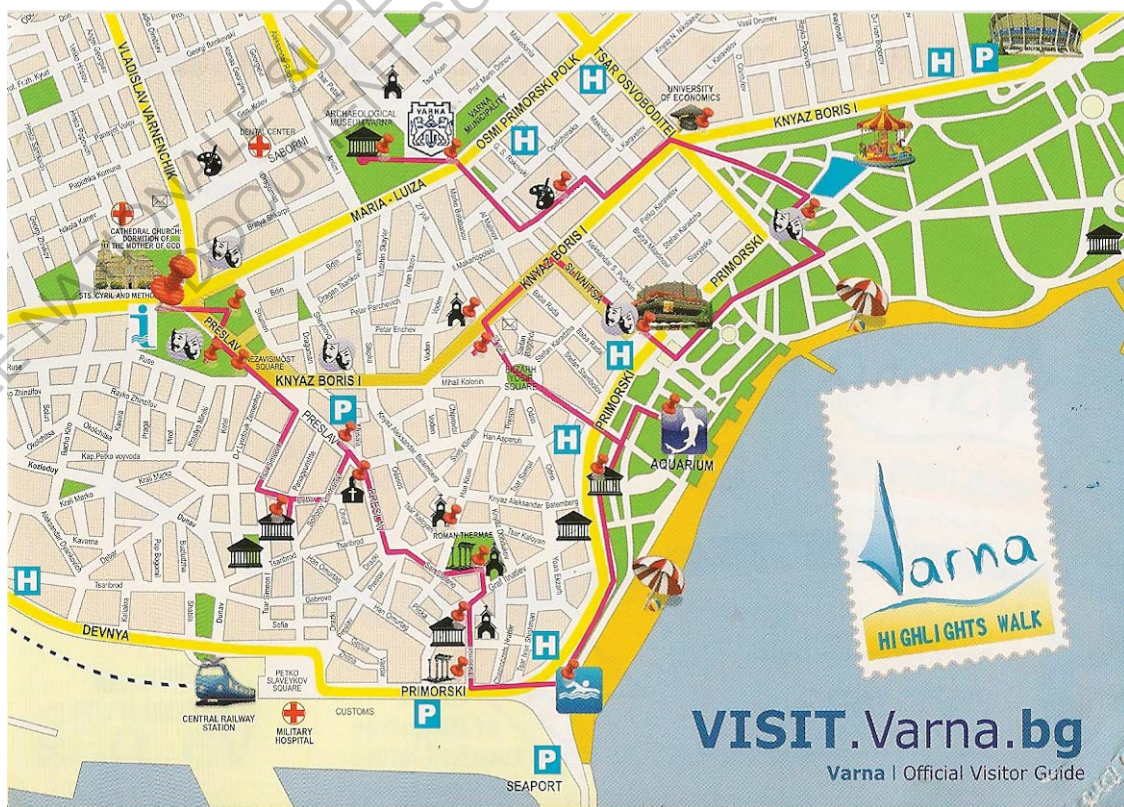


Figure 66 : Prospectus office du tourisme

Les touristes sont concentrés en bord de mer et dans l'hypercentre

Pour les touristes villégiateurs qui viennent en premier lieu pour la plage et résident à Sunny Beach et dans les hôtels du nord est de la ville, il arrive qu'ils viennent visiter le centre ville. Les hôtels proposent des excursions et une fois sur place ils font un tour dans la ville avant d'être laissés deux heures pour flâner dans les rues du centre à proximité de la Cathédrale. C'est donc ici que s'est implanté l'office du tourisme qui tente d'après la volonté de la municipalité de transformer ce tourisme balnéaire en tourisme culturel.

Les excursions sont globalement similaires. Elles s'arrêtent aux thermes romains, au musée de l'archéologie et à la cathédrale Saint Constantin. Les touristes sont ensuite sur place pour deux ou trois heures. Non seulement la zone touristique est assez restreinte mais en plus chaque touriste en seulement deux ou trois heures ne va pas avoir le temps de visiter une grande partie en plus du tracé des excursions.

ECOLE NATIONALE SUPERIEURE D'ARCHITECTURE DE TOULOUSE
DOCUMENT SOUMIS AU DROIT D'AUTEUR

I- UNE ZONE TOURISTIQUE RESTREINTE QUI DEPEND DU DEVELOPPEMENT DE LA VILLE



Figure 67 : Enjeux définis dans la candidature à la Capitale Européenne de la Culture, Corpus collectif CRAB 2014-2015

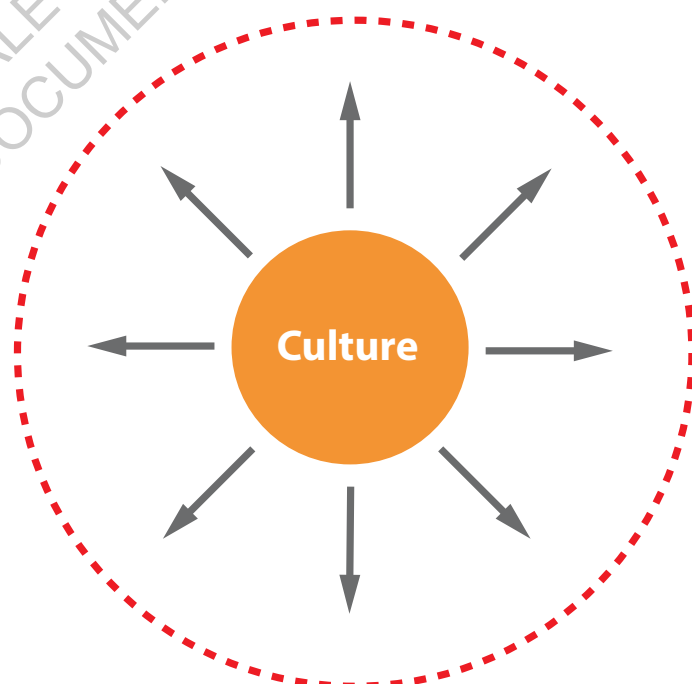


Figure 68 : Décentraliser la culture, candidature Capitale Européenne de la Culture, Corpus collectif CRAB 2014-2015

La concentration du tourisme en centre-ville est liée avec la centralisation de la production culturelle. Varna a été candidate à la Capitale Européenne de la Culture en 2019 et s'est intéressé à ce problème. La candidature bien que travaillée par un groupe dissocié de la municipalité permet de comprendre les intentions de la politique culturelle et touristique de la ville.

L'équipe chargée de la candidature à la Capitale Européenne de la Culture constate trois problèmes présents à Varna et en Bulgarie :

- La Bulgarie, comme le reste de l'Europe, doit faire face à la crise économique.
- Les citoyens ne font plus confiance aux institutions. Le pays n'a pas résolu ses problèmes liés à l'ancienne politique centralisée et monocratique.
- La production culturelle à Varna est trop centralisée et monocratique.

La culture est une solution qui pourrait ramener un climat de confiance entre les institutions et les habitants afin de faire face à la crise.

Le problème de la centralisation de la culture et celui de la centralisation du tourisme sont liés. D'une part le touriste cherche l'animation, le ludique, le loisir et la production culturelle en fait partie.¹ En effet, comme nous avons pu le voir précédemment, seul l'hypercentre est représenté sur les cartes touristiques. Les guides de voyage ne parlent absolument pas de ce qui se situe hors de ce périmètre.

Actuellement, le tourisme de masse focalisé sur les centres avec les monuments «à voir» est remis en cause. De plus en plus, les touristes veulent sortir des sentiers battus et les offres se diversifient en conséquence.² A Varna, ces nouvelles pratiques ne sont pas encore visibles mais il apparaît qu'elles font partie des volontés politiques. C'est une volonté souvent présente dans les métropole touristique contrairement aux villes touristifiées. Ces métropoles sont touristiques depuis longtemps et les habitants sont présents sur l'ensemble de la ville même dans les quartiers les plus touristiques comme le centre-ville. Dans ces métropoles, il y a une volonté d'augmenter le flux touristique et d'élargir la zone touristique.³

1 GRAVARI-BARBAS M., Aménager la ville par la culture et le tourisme, Le Moniteur, Paris, 2007

2 ibidem

3 KNAFOU R., L'urbain et le tourisme : une construction laborieuse, in la direction de DUHAMEL P. et KNAFOU R., Mondes urbains du tourisme, Belin, Paris, 2007

I- UNE ZONE TOURISTIQUE RESTREINTE QUI DEPEND DU DEVELOPPEMENT DE LA VILLE



Figure 69 : Programme de la candidature Capitale Européenne de la Culture, Corpus collectif CRAB 2014-2015

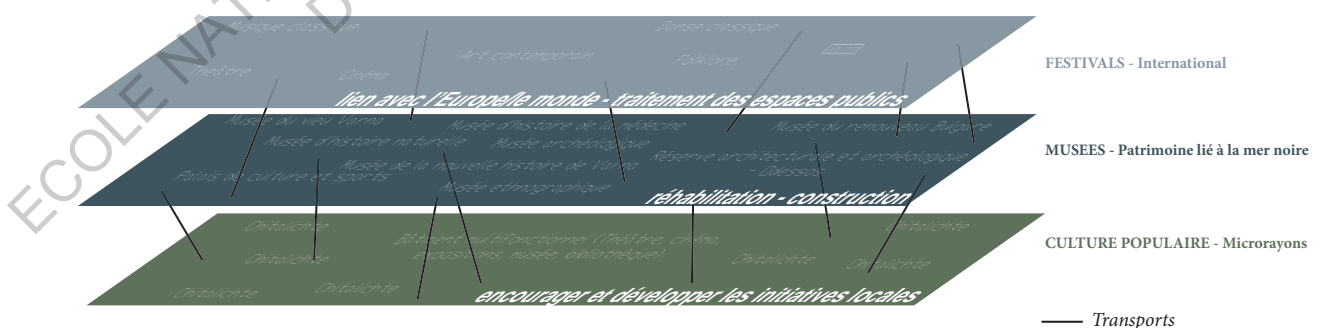


Figure 70 : Schéma culturel sur le long terme, candidature Capitale Européenne de la Culture, Corpus collectif CRAB 2014-2015

La candidature à la capitale Européenne de la culture traduit les volontés de la municipalité pour Varna. La ville souhaite lier local, national et international et s'appuyer sur les jeunes afin que la production culturelle respecte le patrimoine riche de la ville tout en étant moderne.

Pendant l'année de Capitale Européenne de la Culture, Varna aurait mis en place cinq programmes :

- **EUphoria** s'intéresse aux festivals. Il s'agit d'une richesse existante de Varna. La ville veut créer une seule plateforme qui regroupe tous les événements culturels pour renforcer le lien avec l'Europe et le monde.
- **Welcoming sea** s'intéresse à la production artistique. La ville souhaite renforcer l'expression d'habitants locaux et attirer des artistes étrangers.
- **Plant a future** s'intéresse à l'éducation informelle. La ville veut renforcer les pratiques existantes et attirer des organisations culturelles spécialisées dans ce type d'éducation.
- **Field of potential** s'intéresse à la recherche, en organisant du travail en groupe interdisciplinaire tel que des workshops, des séminaires ou encore des forums.
- **Environment of trust** est supposé permettre l'implication de la communauté. La ville veut coordonner les événements d'initiative individuelle et les événements organisés par la ville et décentraliser la production culturelle.

La ville se veut donc innovante, souhaite lier différents acteurs à différentes échelles tant pour les participants que pour les spectateurs de la culture. Pour la ville, la volonté de renforcer la culture locale et l'expression des citoyens semble être la clé de la réussite de l'année 2019, pourtant elle ne se traduit pas concrètement à court terme dans les programmes. En revanche, à long terme la ville souhaite mettre en place des infrastructures le favorisant.

Le schéma culturel de la ville aurait donc pu être organisé autour de trois strates : La première strate correspond aux festivals qui sont déjà très présents à Varna et qui auraient été renforcés par l'année 2019.

La seconde strate correspond aux musées existants et à venir dédiés au patrimoine de la ville. Dans le cadre du programme, certains auraient été rénovés, d'autres construits de façon à ce qu'à long terme, le patrimoine de la ville soit mis en valeur grâce à des infrastructures modernes.

Enfin, la dernière strate correspond à la culture populaire de la ville qui pour l'instant est très peu mise en valeur. Pourtant, chaque micro-rayon est doté d'un chitalichte (centre culturel) propice à l'expression de chacun, et propre à la Bulgarie. Ceux-ci auraient été modernisés et liés avec le reste du réseau culturel.

Pour lier ces trois couches culturelles, le réseau de transports existant ainsi que ses améliorations auraient été utilisés.¹

1 http://issuu.com/varna2019/docs/varna2019_bid_book_eng



Figure 71 : Publicité dans le métro parisien, Cécile Delmas

La zone touristique est peu étendue mais elle n'est pas nécessairement la source de la différence de perception entre touristes et habitants. En effet, la zone pratiquée par les habitants n'est pas non plus forcément très étendue, de plus, la zone touristique a suivi la construction de la ville et l'Histoire de Varna et ses habitants. Les zones pratiquées par les uns et les autres sont liées.

On peut donc émettre plusieurs hypothèses :

- l'habitant a malgré tout une vision d'ensemble de la ville, par les médias par exemple mais aussi car il a une idée même si elle peut être approximative de la morphologie de la ville.

- l'habitant est en lieu connu, même lorsqu'il n'est pas dans un quartier connu, il retrouve ses marques, deux rues à Varna se ressemblent davantage qu'une rue à Varna et une dans une autre ville, de plus, il parle la langue.

- il y a une notion d'habitude chez l'habitant qui ne se retrouve pas nécessairement chez le touriste. On peut imaginer qu'elle se retrouve chez le touriste villégiateur. C'est ce à quoi la publicité ci-contre fait référence. Airbnb joue sur la volonté des touristes d'être dépaysés tout en se sentant chez eux.

ECOLE NATIONALE SUPERIEURE D'ARCHITECTURE DE TOULOUSE
DOCUMENT SOUMIS AU DROIT D'AUTEUR

II- UNE IMAGE QUI COMMENCE A SE CREER BIEN AVANT L'ARRIVEE DU TOURISTE



Figure 72 : Park monument of the Bulgarian friendship, Cécile Delmas



Figure 73 : Vue depuis le park monument of the Bulgarian friendship, Cécile Delmas



Figure 74 : Hotel Chernomore, Cécile Delmas

Le premier critère qui participe à la création de l'image d'après Antoine S. Bailly est l'échelle. L'échelle permet de classer les objets par taille, volume. La notion de perspective est dans ce cas importante car plus on s'éloigne plus le signal est faible : les volumes sont plus petits, les sons plus faibles. Autant pour regarder une image 2D l'information est directe, autant pour regarder une image 3D, il faut soit récupérer une succession d'informations visuelles soit faire intervenir les autres sens. Les individus comparent ce qu'ils voient avec ce qu'ils ont vu. Le processus de la mémoire est primordial. Des objets de même taille mais de formes différentes, ont un équilibre différent et induisent une perception différente. La lumière modifie également cet équilibre et influe sur la perception. Mais les objets s'inscrivent dans un environnement. Dans l'observation d'une ville, tous ces éléments sont de taille supérieure à la taille humaine et il n'est pas possible de voir l'ensemble et les détails de façade d'un bâtiment simultanément, on collecte donc un ensemble d'informations visuelles qu'on assemble grâce à la mémoire.¹

Pour avoir une bonne perception de la ville, les personnes apprécient pouvoir mettre un cadre aux éléments connus. Cela permet de situer les éléments visités les uns par rapport aux autres et donne une impression de connaissance de la ville.

En effet, le panorama est très apprécié que ce soit par les touristes ou les habitants. Il permet d'avoir une vision d'ensemble de la ville car il relie les divers éléments, permet de distinguer la végétation, le système viaire et les habitations entre autre. Il permet de comprendre l'organisation de la ville.² C'est également les raisons pour lesquelles le touriste l'apprécie, il lui permet de se repérer et avoir l'image la plus complète et la plus authentique de la ville. C'est pourquoi de nombreux points de vue ont été créés dans les villes pour répondre à cette demande.³ Prenons l'exemple de Paris et sa tour Eiffel elle est visitée en partie car elle offre un panorama sur la ville. A Varna, le Park monument of the Bulgarian friendship peut offrir ce panorama ainsi que l'hôtel Chernomorets qui avec ses 22 étages était le bâtiment le plus haut de la ville au moment de sa construction même si ce panorama n'est pas public (cf entretien pas encore analysé).

Au cours de cette recherche de panorama le touriste va percevoir des parties de la ville qu'il ne pratique pas. C'est le cas des micro-rayons par exemple qui pourtant occupent une partie majeure de la ville.

1 BAILLY A. S., op. cit.

2 LYNCH K, op. cit.

3 URBAIN J-D, op. cit.

II- UNE IMAGE QUI COMMENCE A SE CREER BIEN AVANT L'ARRIVEE DU TOURISTE



Figure 75 : Panneaux directionnels installés après demande des touristes (cf entretien avec directeur de l'office du tourisme), Cécile Delmas

Le second critère qui influence la perception d'après Antoine S. Bailly est les schémas logiques. L'individu par son éducation, son expérience et sa culture juge ce qui est logique ou non. Si un ensemble urbain lui paraît logique il est accepté et compris, sinon il est rejeté. L'individu ne fait pas que voir l'objet mais il le comprend, il l'assimile à sa fonction. Un paysage mal compris, que ce soit par manque de connaissance du percepteur ou par manque de lisibilité du paysage crée une sensation de malaise. Au contraire, un paysage compris est rassurant.¹

Les schémas logiques interviennent directement sur les sensations de l'individu qui perçoit. La lisibilité du paysage est également un critère retenu par Kevin Lynch. Si les éléments structurants sont faciles à identifier, le paysage semble cohérent et logique. Le paysage est du coup familier même si inconnu.²

Cette notion est importante pour le touriste qui cherche à être dépaycé tout en ayant une certaine crainte de l'inconnu. C'est pourquoi il a besoin d'être guidé, d'accéder à l'information facilement dans une ville. Dans l'entretien avec le directeur de l'office du tourisme, il nous avait d'ailleurs indiqué qu'une demande faite par les touristes dans le cadre des enquêtes de satisfaction était d'avoir des panneaux d'indication pour se repérer. Ils ont été placés dans le centre ville et le parc Primorski, et je les ai repérés d'une croix fléchée dans le relevé en annexe.

Le touriste va donc parfois se rabattre sur les tours guidés que j'ai présentés en première partie ou se référer à des guides touristiques. Ainsi il va se créer une image de la ville en amont, et va ensuite confirmer cette image sur place. Ceci peut également expliquer pourquoi certains touristes, lorsqu'ils vont plusieurs fois dans la même ville n'en profitent pas nécessairement pour étendre leur zone pratiquée mais vont revoir des lieux qu'ils avaient déjà visités auparavant. Ce sont des phénomènes courants qui sont appelés les repeaters par Maria Gravari-Barbas³

Le fait de se renseigner sur sa destination est une phase du rituel touristique établi par Franck Michel :

Le fait de voyager se décompose en plusieurs étapes. Selon les personnes ce rituel est plus ou moins découpé. Chaque personne a son propre rituel mais on distingue tout de même trois grandes phases :

- « -Séparation-coupure = départ
- Initiation-isolement = temps du voyage et du séjour
- Réintégration-agrégation = retour »⁴.

La séparation est précédée d'une phase de préparation où le futur voyageur se familiarise avec la culture touristique et sa destination. Et le retour peut se prolonger sur

1 BAILLY A. S. op. cit.

2 LYNCH K., op. cit.

3 GRAVARI-BARBAS, op.cit.

4 MICHEL F., op. cit., p.68

II- UNE IMAGE QUI COMMENCE A SE CREER BIEN AVANT L'ARRIVEE DU TOURISTE

ECOLE NATIONALE SUPERIEURE D'ARCHITECTURE DE TOULOUSE
DOCUMENT SOUMIS AU DROIT D'AUTEUR

une phase de réadaptation à son environnement habituel. Cette phase peut engendrer une sorte de déprime chez le touriste qui retrouve son quotidien. Pendant la phase du voyage et du séjour, la personne est touriste avant d'être ce qu'elle est habituellement.⁵

Je vais donc m'intéresser à ce qui est présenté dans les guides touristiques français Lonely planet et le routard, au site internet bulgariatravel.org que j'avais trouvé avant de partir en Bulgarie et qui est le site officiel du tourisme et visitvarna.bg qui est le site internet de l'office du tourisme de Varna.

En ce qui concerne les guides touristiques français, les informations sont assez sommaires. Seulement une petite dizaine de pages sont consacrées à Varna. Varna n'a pas une section qui lui est consacrée mais fait partie de la section «côte de la mer noire».

Le guide du routard met en opposition Varna avec Sunny Beach et Golden Sands les stations balnéaires avoisinantes qui sont souvent rattachées à Varna en terme de pratiques touristiques. D'après le guide, Varna vit toute l'année alors que ces stations balnéaires n'existent que l'été. En ce qui concerne les endroits, seuls le musée archéologique, le parc Primorski et les restaurants du front de mer sont évoqués. Ensuite, le guide retrace brièvement l'Histoire de Varna pour terminer sur des indications pratiques telles que : comment se rendre à Varna, où manger et où dormir ?.⁶

Le guide du lonely planet au contraire ne critique pas les sables d'or puisqu'il parle de la ville de Varna comme méritant d'y rester quelques jours et servant de base pour visiter les stations voisines comme par exemple Golden Sands. Le guide fait également référence au jardin maritime et au musée archéologique mais il parle également des bains romains, et d'une «scène culturelle et culinaire» animée. D'après ce guide, Varna est à la fois une ville «moderne» et une ville «chargée d'Histoire». Le guide accorde un petit paragraphe au jardin et aux thermes après avoir retracé brièvement l'Histoire de la ville. Dans les «à voir» le guide s'intéresse à divers musées (archéologique, d'Histoire, naval national et ethnographique), aux thermes et bains romains, à la cathédrale, à l'Eglise Sveti Nikolai et à la plage. Il y a également une petite partie sur les festivals.⁷ L'image proposée par le guide correspondrait davantage avec celle que la ville veut se donner. C'est du moins ce que la candidature à la Capitale Européenne de la Culture semblait exprimer.

5 MICHEL F., op. cit.

6 JOSSE P., AL SUBAIHI I, DE BOUISGROLLIER M., BROUARD T, Le routard : Roumanie, Bulgarie, Hachette Livre, Paris, 2014

7 BAKER M., DELISO C., WATERS R., WATKINS R, Roumanie et Bulgarie, Lonely planet, Paris, 2013,

II- UNE IMAGE QUI COMMENCE A SE CREER BIEN AVANT L'ARRIVEE DU TOURISTE



Figure 76 : www.bulgariatravel.org juin 2015



Figure 77 : www.bulgariatravel.org juin 2015



Figure 79 : www.bulgariatravel.org juin 2015



Figure 80 : www.bulgariatravel.org juin 2015



Figure 78 : www.bulgariatravel.org juin 2015



Figure 81 : www.bulgariatravel.org juin 2015

Intéressons-nous maintenant à www.bulgariatravel.org, le site officiel du tourisme Bulgare. Le site est disponible en neuf langues (anglais, bulgare, allemand, russe, français, espagnol, arabe, chinois et hébreux).

La section sur la ville de Varna propose les six images ci-contre qui représentent la cathédrale, la gare, l'entrée du jardin maritime depuis la rue Slivnitsa, le parc primorski, l'hôtel Chernomorets et un bâtiment de la rue Slivnitsa avec en fond la mairie. Ces images sont accompagnées d'un texte qui parle aussi bien de l'histoire de Varna, que du climat ou bien encore des richesses actuelles de Varna.

Il y a un paragraphe sur les festivals et sur les deux monuments liés : le centre de festivals et de congrès et le Palais de la culture et du sport, puis un sur l'accessibilité de Varna et le texte porte ensuite sur les musées : le musée archéologique, le musée maritime, le musée ethnographique. Le site propose ensuite d'autres sites touristiques intéressants comme la galerie des beaux arts, l'église St Athanase, les thermes romains et l'aquarium. Un grand paragraphe est consacré à la Station Balnéaire Saint Constantin et Helena (8km au nord du centre-ville de Varna) qui a un grand jardin botanique écologique. Le texte se termine sur une description du parc primorski et de ces nombreuses animations.

Contrairement aux guides touristiques français, le site ne parle pratiquement pas de la plage. La ville est abordée comme un centre culturel riche en activités.¹

1 www.bulgariatravel.org, juin 2015

II- UNE IMAGE QUI COMMENCE A SE CREER BIEN AVANT L'ARRIVEE DU TOURISTE



Figure 82 : www.visit.varna.bg août 2015



Figure 83 : www.visit.varna.bg août 2015



Figure 84 : www.visit.varna.bg août 2015



Figure 85 : www.visit.varna.bg août 2015



Figure 86 : www.visit.varna.bg août 2015



Figure 87 : www.visit.varna.bg août 2015



Figure 88 : www.visit.varna.bg août 2015



Figure 89 : www.visit.varna.bg août 2015

Pour finir, le site visit.varna.bg qui est le site de l'office de tourisme Bulgare est disponible en quatre langues (allemand, russe, anglais et bulgare).

Le site est beaucoup plus étoffé vu qu'il est consacré à la ville. Il suggère des lieux à voir, pour dormir, pour manger, propose des cartes pour se repérer et propose également un onglet «10 raisons de venir à Varna». Je me suis plus particulièrement intéressée à cette partie du site.

L'onglet en question propose les huit images ci-contre. elles sont un peu plus diverses que précédemment, on retrouve par exemple le port, la piscine de bord de mer, et une ruelle dans les collines en plus des éléments habituels du centre ville. Pour accompagner ces photos, il y a un texte découpé en dix thèmes : temps, plages et sources thermales, Histoire, vie culturelle et festivals, gastronomie, hospitalité des gens, architecture, vie nocturne, mode et shopping et l'abordabilité des prix. Les thèmes sont beaucoup plus variés, ils parlent des habitants, du cadre et pas seulement des monuments bien que toute la partie des microrayons ne soient pas du tout abordée. En revanche, ils ne parlent pas du tout des musées.

D'après ce texte et ces images, on sent une volonté de la part des acteurs locaux de lier tourisme culturel et tourisme balnéaire. Le but n'est pas de montrer uniquement les monuments phares ou les événements culturels importants mais de lier les différentes richesses de Varna et la plage en est une.¹

II- UNE IMAGE QUI COMMENCE A SE CREER BIEN AVANT L'ARRIVEE DU TOURISTE

ECOLE NATIONALE SUPERIEURE D'ARCHITECTURE DE TOULOUSE
DOCUMENT SOUMIS AU DROIT D'AUTEUR

En comparant ces quatre informations touristiques, il apparaît que depuis la France du moins les informations se trouvent bien plus facilement sur internet que dans les guides.

Cependant, on peut regretter un manque de cohérence ou de lien entre les divers sites. Le site local n'est pas à jour puisqu'il dit que Varna est candidate à la Capitale Européenne de la Culture alors qu'elle a maintenant perdu cette candidature. Il est également difficile à trouver, il n'apparaît pas à la recherche «tourisme varna» dans google et je n'y ai eu accès qu'après avoir été sur place.

Ce manque de coordination apparaît entre le site national et le site local mais il existe aussi dans les offres de chaque acteur du tourisme.¹ Bien que le tourisme soit un sujet qui préoccupe particulièrement la municipalité, il semble manquer une ligne directrice. Pourtant, la municipalité tente de maîtriser l'image de la ville et de gérer la communication en conséquence. Sa candidature pour être Capitale Européenne de la Culture en 2019 le montrait bien

En effet, les villes touristiques sont, pour exister et attirer, à la fois en lien et en compétition. Elles souhaitent être visibles depuis le monde pour donner une bonne image et attirer plus de touristes, source d'une plus value économique et de fierté pour les acteurs de la ville et les habitants. A priori le nombre de vacanciers dans le monde ne dépend pas de l'image que la ville donne mais le fait que telle ville soit choisie plutôt qu'une autre si. De plus, en étant en lien elles peuvent également attirer davantage en profitant de l'image des villes avec lesquelles elles sont associées. Cela peut être un lien de proximité simplement, d'événements joints mais il existe des réseaux organisés qui offre une sorte de label à la ville.² C'est le cas des villes Capitales Européennes de la Culture.

Ce titre a été créé en 1985, d'après l'idée de Melina Mercouri par le Conseil des ministres de l'Union Européenne. L'objectif de ce titre est de «mettre en valeur la richesse, la diversité des cultures européennes et leurs traits communs, améliorer la connaissance que les citoyens européens ont les uns des autres, favoriser la prise de conscience de l'appartenance à une même communauté « européenne »». ³ Chaque année deux Etats membres peuvent choisir une métropole comme Capitale Européenne à la Culture. En 2019, il s'agissait de l'Italie et la Bulgarie. Varna a été candidate pour obtenir mais a échoué au profit de Plovdiv.

Dans cette candidature, de nombreuses mesures consistaient à créer des plateformes communes de communication.

1 KONSTANTINOVA Y.. *La communication touristique en Bulgarie-Nouvelles approches*. Colloque bilatéral franco-roumain, CIFSIC Université de Bucarest, 28 juin – 3 juillet 2003, Oct 2003.

2 GRAVARI-BARBAS M., opus cit.

3 <http://www.culture.gouv.fr/culture/actualites/communiq/albanel/Capitale.pdf>

II- UNE IMAGE QUI COMMENCE A SE CREER BIEN AVANT L'ARRIVEE DU TOURISTE



Figure 90 : Image à priori, Cécile Delmas

Avant d'étudier le terrain, la démarche du séminaire proposait de créer une image à priori du terrain au regard de notre problématique. Au tout départ, je ne savais rien de la Bulgarie et les premières informations que j'ai eu au sujet de la ville de Varna m'ont permis de créer une image. Je la présente ici car elle correspond à mon image de la ville en tant que future touriste :

Varna se situe au Nord-Est de la Bulgarie, sur le littoral de la mer noire. C'est pourquoi chaque année, la ville accueille de nombreux touristes. Le problème est qu'il s'agit d'un tourisme balnéaire de masse. Les touristes viennent profiter de la mer sans s'intéresser à la ville et sa culture. Certains iront peut être voir le centre historique ou quelques monuments recommandés mais ne s'intéresseront jamais à la culture bulgare et aux habitants de Varna. Les touristes viennent consommer les qualités géographiques de la ville. Ils viennent à la plage, profiter des hôtels du littoral et faire quelques visites culturelles.

Parallèlement, dans des zones distinctes les habitants évoluent. Il y a un contraste fort entre les quartiers résidentiels et les quartiers touristiques. L'interaction entre touriste et habitant se limite au fait qu'ils se croisent, partagent certains espaces communs mais ne communiquent jamais réellement. Reste à savoir si l'habitant moyen de Varna a envie de ce mélange. Est-ce qu'il préfère être laissé en paix ou se sent dénigré par le désintérêt qu'il suscite chez le touriste ? Ce qui est sûr c'est qu'un tel afflux touristique implique une réaction chez l'habitant. Le touriste ne s'intéresse pas à la culture bulgare mais en a-t-il vraiment la possibilité ? A-t-il envie d'arpenter le reste de la ville mais devant peu d'information dans les guides ne s'y aventure pas ? Est-il seulement intéressé par la ressource naturelle « mer » et vient la chercher là où elle est facile d'accès sans s'intéresser au lieu ? Le rapport entre les touristes et les habitants est à la fois induit par la construction de la ville et moteur de sa future évolution. C'est le lien entre organisation de ville et pensées des touristes et habitants qu'il faut étudier pour répondre à toutes ces questions. C'est pour cette raison que cette ville s'adapte parfaitement à ma problématique qui s'intéresse au rapport entre touristes et habitants à travers leur perception de la ville et de leur parcours dans la ville.

Sur mon photomontage j'ai donc essayé de représenter les « deux villes » de Varna. D'un côté, la ville touristique avec la plage, les magasins du littoral et les touristes. De l'autre un quartier résidentiel lambda. En plaçant la plage en fond de montage, je montre que l'arrivée des touristes est une invasion, elle est tellement massive que la ville pendant la moitié de l'année devient ville touristique avant d'être la ville de ses habitants. Au premier plan de mon montage, j'ai placé des touristes, que j'ai sélectionné pour leurs attributs : guide touristique, carte, appareil photo, et lunettes de soleil. Ces prototypes du tourisme balnéaire ont une position centrale. Ils pénètrent sur la partie droite de l'image et en même temps ils tournent le dos au quartier résidentiel. Cette position traduit mes interrogations du paragraphe précédent.

«Mémoire et histoire se conjuguent dans la ville. Chacun des habitants de la ville a son propre rapport aux monuments qui témoignent, eux, d'une histoire plus profonde et plus collective. En ce sens, le parcours urbain de chaque individu est une manière de s'approprier l'histoire à travers la ville. Bien entendu, cette référence à l'histoire n'est pas déchiffrée avec exactitude par chacun de ceux qui font les parcours mais elle imprègne tous les déplacements, notamment lorsque se croisent les itinéraires de ceux qui habitent la ville et de ceux qui la visitent, touristes d'un jour rappellent aux premiers que leur «cadre de vie» peut être pour d'autres un objet de curiosité et d'admiration.»¹

Marc Augé

¹ AUGÉ M., L'impossible voyage : Le tourisme et ses images, Payot et Rivages, Paris, 1997, p.145

L'image que le touriste peut se faire avant de venir sur place est assez restreinte. C'est seulement quand on s'intéresse à des sites locaux que les richesses de Varna présentées sont diverses. Mais ce site n'est pas facilement accessible. En revanche, une fois sur place, la ville permet d'avoir une perception d'ensemble bien que comme nous l'avons vu en première partie, les tours organisés ne s'intéressent qu'au centre ville.

Nous allons maintenant nous intéresser à des espaces où touristes et habitants cohabitent : La rue Slivnitsa et le parc Primorski.

ECOLE NATIONALE SUPERIEURE D'ARCHITECTURE DE TOURS
DOCUMENT SOUMIS AU DROIT D'AUTEUR

III- UNE PERCEPTION DIFFERENTE A L'ECHELLE D'UNE RUE, D'UN PARC



Figure 91 : Relevé 1/3000, Cécile Delmas

La rue Slivnitsa s'étend sur 5,4 kilomètres. Elle va du parc Primorski jusqu'au microrayon de Mladost. La portion qui nous intéresse, tracée en trait continu ci-dessous, se trouve entre la mairie et la mer. Les cheminements piétons du parc Primorski viennent se placer en continuité de la rue Slivnitsa.

Cette rue est intéressante car elle est partiellement piétonne puis piétonne sur la zone étudiée. Elle se rapproche du Parc Primorski qui est comme nous l'avons vu plus haut un lieu important pour les touristes et les habitants, traverse le centre ville pour aller jusqu'à la mairie. Elle est ponctuée par divers lieux importants pour les deux groupes d'acteurs étudiés, différents hôtels dont le Chernomorec (mer noire), Happy qui est une chaîne de café/restaurant bulgare, et le centre de festival et congrès de Varna.

Entre la mairie et la rue Knyaz Boris 1, elle se divise en deux avec une partie piétonne et une partie accessible en voiture. La ligne de bus reliant les villégiatures de l'est au microrayon de Vladislavovo passe par cette route. Entre la rue Knyaz Boris 1 et le parc Primorski, elle est entièrement piétonne mais toujours divisée en deux par des jardinières.

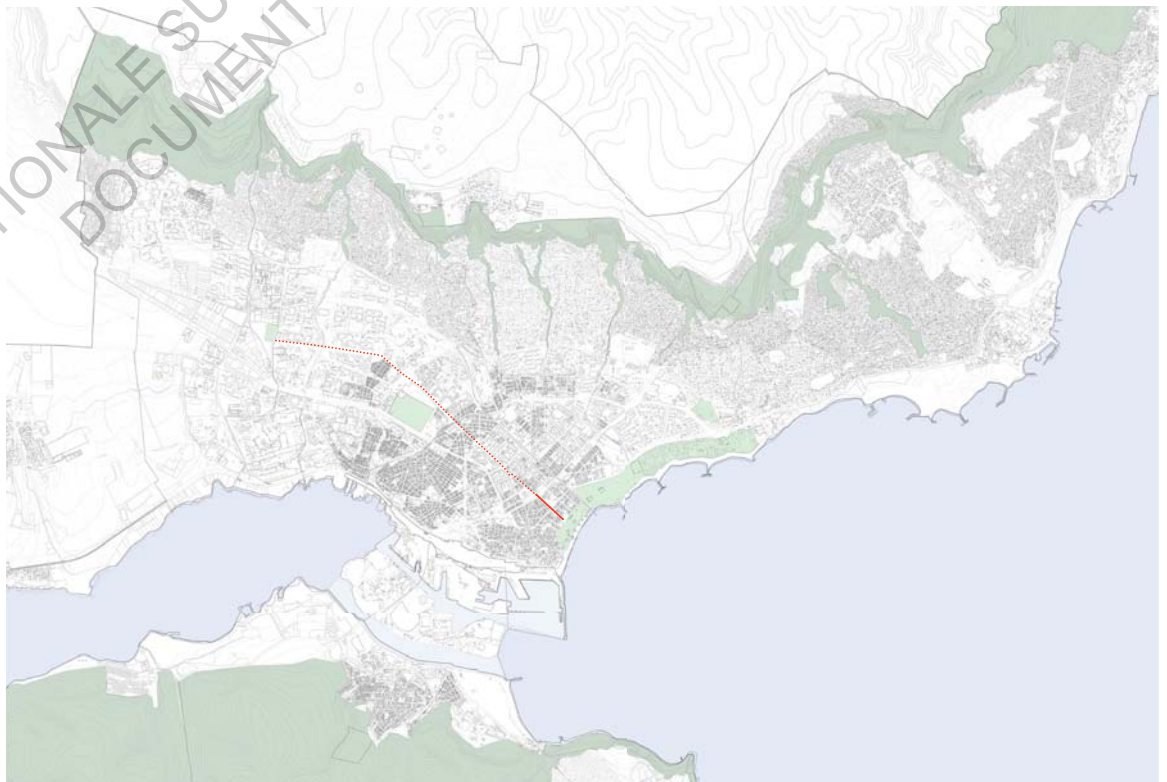


Figure 92 : Plan de situation rue Slivnitsa, Cécile Delmas

III- UNE PERCEPTION DIFFERENTE A L'ECHELLE D'UNE RUE, D'UN PARC



Figure 93 : Transition, Relevé 1/3000, Cécile Delmas



Figure 94 : Frontière, 1/500 Cécile Delmas

Cette rue est aussi intéressante concernant les espaces communs entre touristes et habitants car elle est à la jonction de lieux spécifiques pour l'un ou l'autre des groupes. Au sud-ouest, on retrouve le centre ancien, au nord-est des quartiers habitants, au sud-est le parc primorski et la plage et au nord-ouest, elle se dirige vers le quartier commercial et des microrayons. Elle-même est pratiquée par les touristes et les habitants.

Paradoxalement, bien qu'elle crée le lien entre ces différentes zones, elle semble être bien séparée du reste de la ville. Les terrasses de café la bordent en s'adossant aux rues adjacentes, elles sont le public de la promenade centrale qui guide jusqu'à la mer. Du fait du changement de niveau du sol, des voitures garées dans les rues perpendiculaires, et des terrasses de café, la visibilité et le passage vers les rues transversales sont plus difficiles.

Entre les rues, les bâtiments constituent un front bâti et lorsqu'il restait de l'espace, des «bâtiments» préfabriqués ont été installés. Le seul axe transversale qui invite à la traverser sur la portion étudiée est la rue Knyaz Boris I qui est une rue très importante à Varna et qui amène vers la cathédrale depuis cette partie de la ville.

En revanche, dans le sens longitudinale, elle joue bien son rôle de transition entre habitants et touristes et entre divers types de quartier. A mesure que l'on descend, les magasins apparaissent puis se transforment petit à petit en restaurants. Il apparaît ensuite des hôtels, les magasins du sud de la rue sont typiques du bord de plage, elle donne ensuite sur le parc pour finir sur la plage.

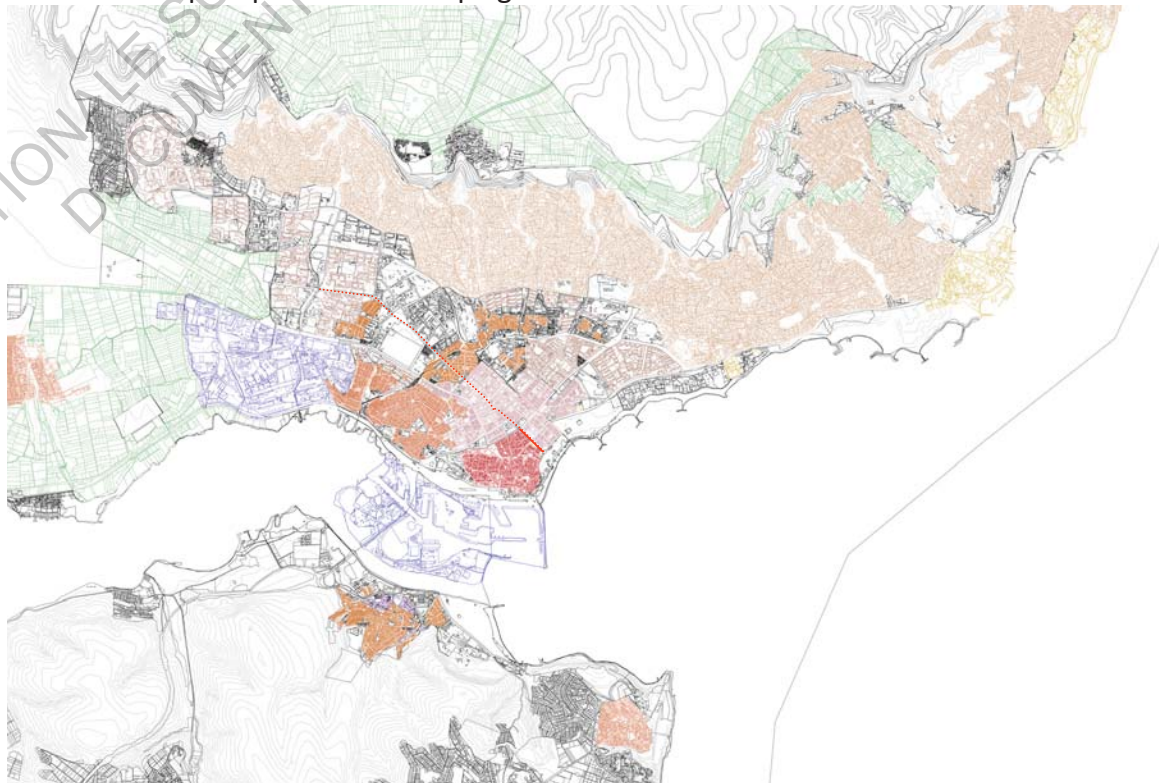


Figure 95 : Plan de situation rue Slivnitsa, Cécile Delmas

III- UNE PERCEPTION DIFFERENTE A L'ECHELLE D'UNE RUE, D'UN PARC



Figure 96 : Relevé flux 1/2000 - Cécile Delmas

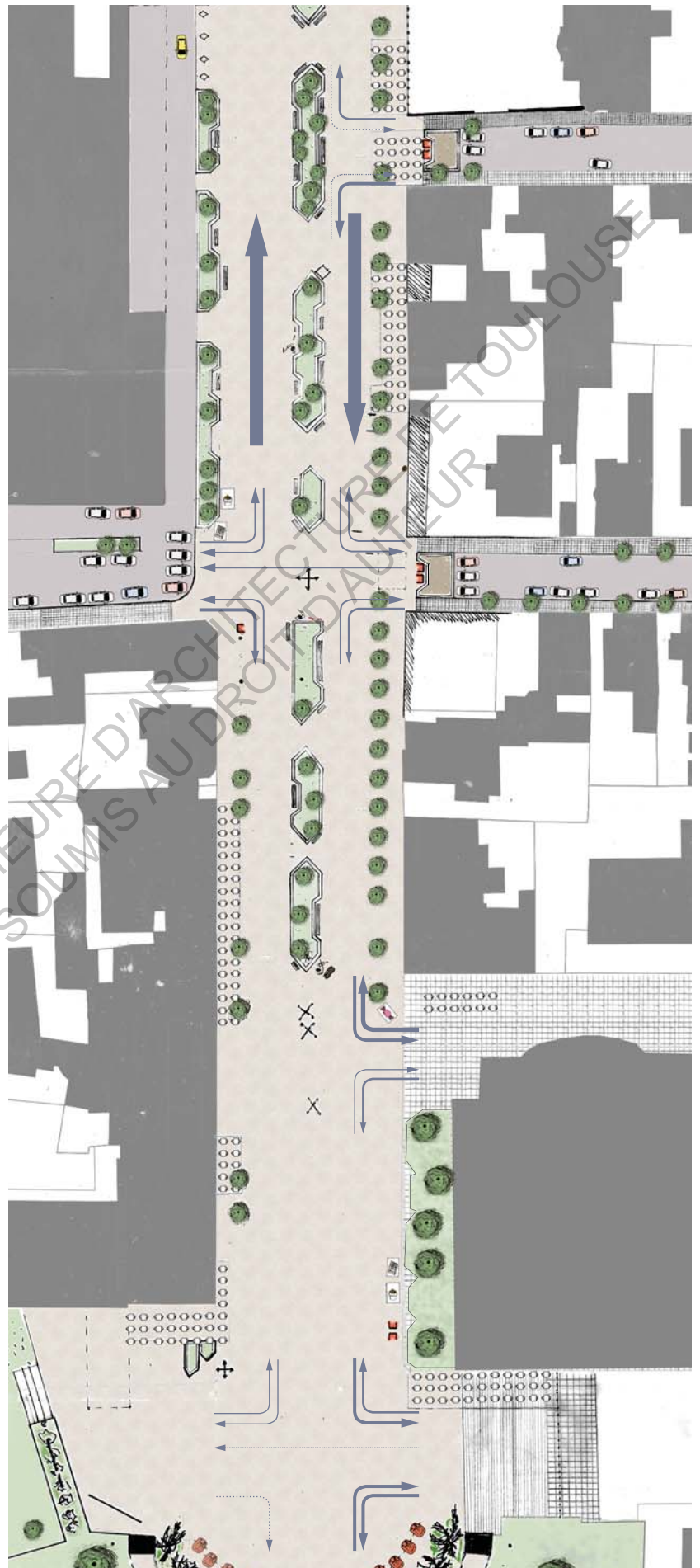


Figure 97 : Relevé flux 1/1000 - Cécile Delmas

Pour mieux comprendre le lien que la rue a avec les alentours, je me suis intéressée aux flux. En effet, j'avais remarqué qu'aux intersections, certaines directions étaient beaucoup plus empruntées que d'autres. Je me suis donc installée pendant dix minutes devant chaque intersection et j'ai compté le nombre de piétons qui empruntait chacune des directions possibles. J'ai représenté ci-contre les résultats obtenus en sachant que plus la flèche est épaisse plus la direction est empruntée. En dix minutes, le nombre de passants pouvaient aller de 0 à 60.

Il y a en moyenne 55 personnes qui empruntent l'axe de Slivnitsa dans le sens longitudinal en 10 minutes aux alentours de midi. Il est visible clairement qu'il y a beaucoup plus de personnes qui utilisent la rue comme une promenade dans le sens longitudinal et jusqu'au parc puis la mer.

En s'intéressant aux intersections du centre de la partie piétonne, il apparaît qu'il y a davantage de passants qui vont des quartiers habitants vers le centre ancien. Les passants des rues transversales se dirigent généralement vers la mer sauf au niveau du centre de festival où il y a un plus fort échange avec le nord de la rue. On peut supposer que la rue sert d'axe préférentiel pour relier habitants au bord de mer et habitants au centre/commerces etc...

Dans le parc Primorski, les flux sont assez diffus, bien que l'on observe un fort lien avec l'axe transversal au plus proche de la rue. Celui ci est un axe majeur du parc. La rue constitue donc un accès privilégié au parc Primorski.

ECOLE NATIONALE SUPÉRIEURE D'ARCHITECTURE DE COCUBUS
DOCUMENTS MIS À LA DISPOSITION D'ACTEURS

III- UNE PERCEPTION DIFFERENTE A L'ECHELLE D'UNE RUE, D'UN PARC

	A la plage de Hon Rom		A la plage de Mui Né	
	<i>Ce qu'aiment les touristes vietnamiens</i>	<i>Ce que n'aiment pas les touristes occidentaux</i>	<i>Ce qu'aiment les touristes occidentaux</i>	<i>Ce que n'aiment pas les touristes vietnamiens</i>
Sociabilité	<ul style="list-style-type: none"> On peut venir nombreux, avec sa famille, ses collègues C'est gai et joyeux 	<ul style="list-style-type: none"> Il y a trop de monde on est les uns sur les autres C'est bruyant 	<ul style="list-style-type: none"> Il y a peu de monde et de l'espace C'est calme on respire 	<ul style="list-style-type: none"> Il y a tellement de monde qu'on ne se voit pas arriver tous ensemble C'est triste
Commodités	<ul style="list-style-type: none"> On peut se garer facilement Il y a tout ce qu'il faut pour s'installer (tables, chaises, transats etc...) On peut acheter ce qu'on veut grâce aux vendeuses ambulantes C'est pratique 	<ul style="list-style-type: none"> La plage a perdu son aspect naturel et sauvage C'est moche Les vendeuses ambulantes venant sans cesse vous solliciter sont pénibles, d'autant qu'il faut tout négocier 	<ul style="list-style-type: none"> La plage semble plus naturelle : des constructions basses et peu nombreuses, beaucoup de bois C'est beau On n'achète seulement quand on veut dans les boutiques, c'est plus agréable 	<ul style="list-style-type: none"> Ce n'est ni pratique pour se garer, ni confortable pour s'installer Il faut tout emmener avec soi, personne ne vient vous servir C'est cher : les prix sont fixes, on ne peut rien marchander
Rapport au soleil et à la plage	<ul style="list-style-type: none"> On peut se protéger du soleil grâce aux parasols et aux auvents. C'est plus frais La plage est répulsive 	<ul style="list-style-type: none"> Il n'y a personne sur la plage, on n'ose pas y aller se faire bronzer On ne peut pas profiter du soleil 	<ul style="list-style-type: none"> On peut se faire bronzer et profiter de la plage (volley, badminton, etc...) La plage est attractive 	<ul style="list-style-type: none"> Il fait très chaud, il n'y a aucun coin d'ombre. C'est dangereux, on va finir par avoir une insolation
Rapport au corps	<ul style="list-style-type: none"> Les femmes sont habillées et plus pudiques On préserve la blancheur de sa peau. 	<ul style="list-style-type: none"> On n'ose pas se mettre en bikini On ne peut pas se faire bronzer 	<ul style="list-style-type: none"> On porte des bikinis, c'est beau et pratique On peut se faire bronzer, c'est tellement plus beau 	<ul style="list-style-type: none"> Les femmes sont impudiques C'est moche de se faire bronzer
Rapport à la mer	<ul style="list-style-type: none"> Il y a tout ce qu'il faut pour se baigner : on peut louer des maillots de bain, des bouées. On reste là où on a pied car ceux qui savent nager sont rares 	<ul style="list-style-type: none"> On ne peut pas se baigner : les premiers mètres du bord sont encombrés. On ne peut pratiquer aucun sport nautique 	<ul style="list-style-type: none"> On peut nager : les gens se dispersent dans l'eau, on a plus d'espace On peut faire du surf, de la planche à voile, du jet ski 	<ul style="list-style-type: none"> Il n'y a pas grand-chose pour se baigner, on ne peut rien louer C'est dangereux

Figure 98 : Philippe Duhamel d'après Emanuelle Peyvel, *L'émergence du tourisme au Vietnam : Lieux, pratiques et imaginaires*, thèse soutenue en 2009

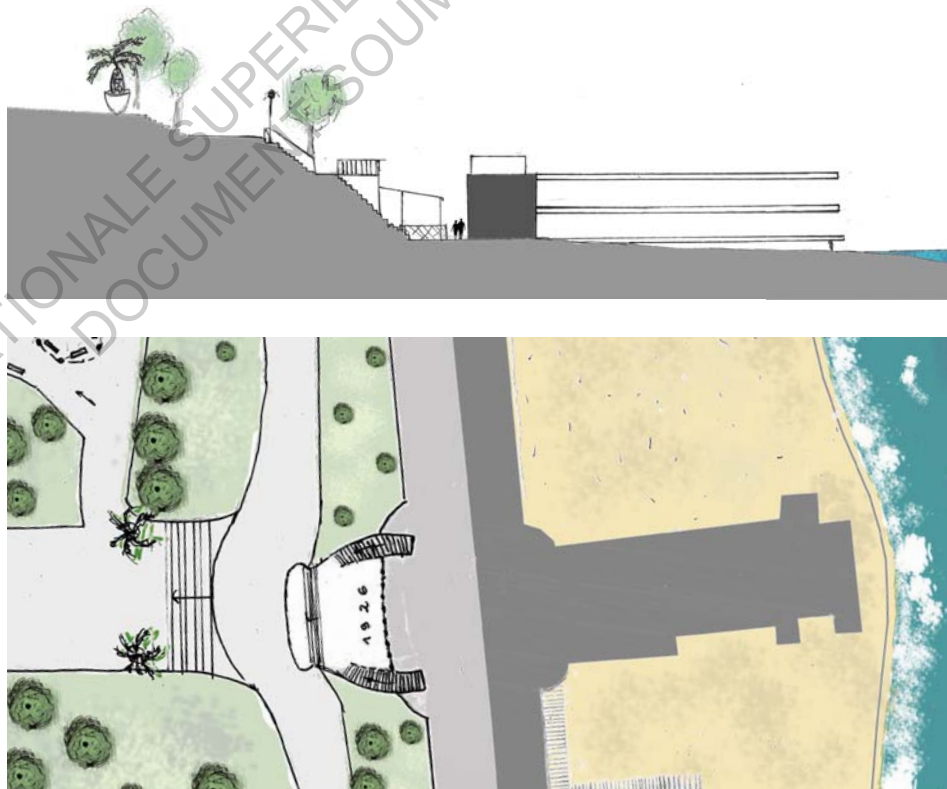


Figure 99 : Relevé bars restaurants, 1/1000 - Cécile Delmas

Bien qu'il y ait rencontre physique, certains paramètres peuvent faire que la perception soit différente. J'ai fait l'hypothèse que de la même façon que la personnalité d'une personne influence sa perception des choses, la culture qu'il a en commun avec un groupe influence également sa perception.

D'après le Petit Robert, la culture correspond à l'ensemble des aspects intellectuels propre à une civilisation. C'est également l'ensemble des formes acquises de comportement dans les sociétés humaines.

Pour vérifier mon hypothèse, je me suis intéressée à l'étude de 2009 d'Emanuelle Peyvel qui a étudié le cas des plages de Hon Rom et de Mui Né au Vietnam. Elle compare ce qu'en pense touristes occidentaux et touristes vietnamiens. Sur les critères de jugement, les touristes reçoivent bien la même image de départ puisqu'il est possible de reconstituer une image à peu près objective de ces deux plages mais en fonction de leurs habitudes les deux groupes de touristes ne les voient pas de la même façon. Certains en ont une image positive et d'autres une image négative. Leur perception devient alors différente.¹

A Varna, j'ai pu observer le même phénomène concernant les bâtiments qui servaient de vestiaires pour la mer au départ et qui sont maintenant utilisés comme bar et restaurant. En tant qu'Européens occidentaux, les étudiants et moi-même présents à Varna trouvons la présence de ces bâtiments assez gênante. En effet, de la même façon que sur nos plages, il y a une promenade qui longe la mer. Cependant, ces bâtiments se situent entre la promenade et la plage, ce qui fait qu'il est difficile de voir la mer si l'on suit cette promenade. De plus, lorsque l'on arrive de la rue Slivnitsa, l'entrée dans le parc est encadrée de colonne, on arrive ensuite sur un belvédère mais dont la vue donne sur les bains de mer. Pourtant le belvédère date de 1926 et les vestiaires étaient déjà présents à cette date comme le montre les cartes postales. Lorsque j'ai interrogé les habitants à ce sujet, ils étaient tous étonnés de la question, ne pensaient pas qu'il s'agissait de «bâtiments» et au contraire apprécié la présence de ces bars et restaurants.

Plus qu'une question d'Europe de l'est, il peut aussi s'agir d'une affection pour ces bâtiments parce qu'ils font partie de la ville. Vu qu'ils datent de 1926, les habitants de la ville les ont probablement toujours connus, et il est difficile d'imaginer Varna sans.

On peut donc en conclure qu'en effet, la culture influence la perception.

1 DUHAMEL P., « Le point sur ... » Le Tourisme, Lectures géographiques, Documentation photographique, La documentation française, Corlet, 2013, p.12

III- UNE PERCEPTION DIFFERENTE A L'ECHELLE D'UNE RUE, D'UN PARC

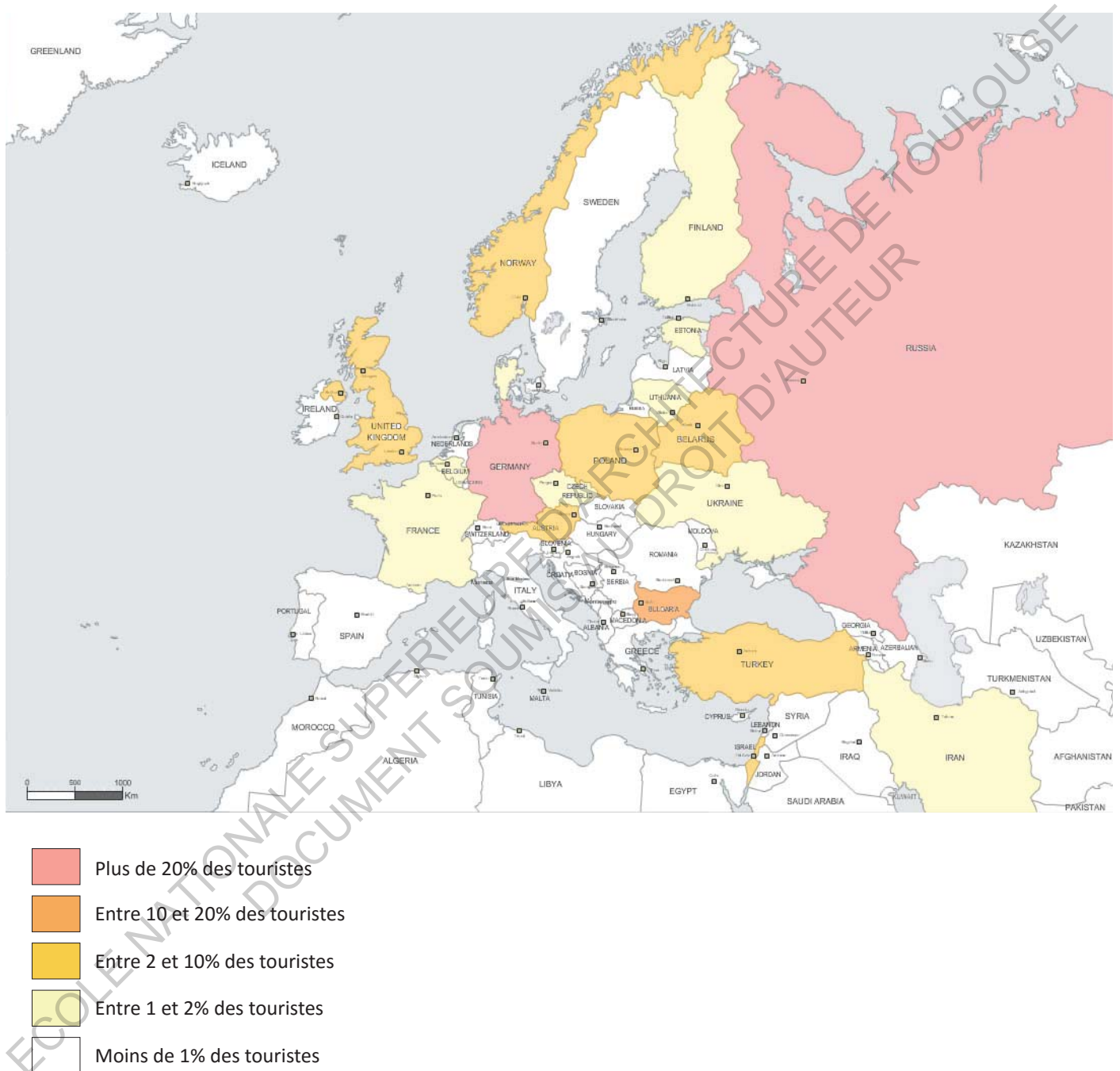


Figure 100 : Origine des touristes en Bulgarie, d'après statistiques obtenues pendant l'entretien avec le directeur de l'office du tourisme - Cécile Delmas

Grâce à un entretien avec le directeur de l'office du tourisme de Varna, j'ai obtenu des statistiques sur la nationalité des touristes à Varna. Ces statistiques sont celles de l'aéroport et celles des touristes qui passent à l'office du tourisme. Elles négligent donc certains touristes nationaux qui viendrait seulement profiter de la mer.

Les touristes viennent majoritairement de Russie et d'Allemagne. Bizarrement, il y a très peu de touristes français comptabilisés à l'aéroport et beaucoup à l'office du tourisme. Inversement, les touristes russes n'ont pas été comptabilisés par l'office du tourisme alors que 29% des touristes passant par l'aéroport sont russes.

Les touristes Bulgares sont aussi en nombre assez conséquent puisqu'ils représentent 12% des touristes passant à l'office du tourisme et 10% de ceux arrivant par l'aéroport. Ce nombre sous-estime probablement la quantité totale de touristes bulgares. En effet, on peut supposer qu'il y a davantage de touristes bulgares qui viennent plusieurs fois à Varna et ne vont pas nécessairement à l'office du tourisme par exemple ou encore qu'ils viennent parfois par d'autres moyens de transport que la proximité leur permet.

D'une manière générale, les touristes sont majoritairement européens.¹ Cela reste des touristes de culture relativement proche si l'on considère l'ensemble du monde. La liaison direct qui existe entre la Bulgarie et l'Allemagne doit favoriser leur venue ou inversement perdure car les allemands apprécient la Bulgarie comme destination.

1 Statistiques données en annexe, p.89

III- UNE PERCEPTION DIFFERENTE A L'ECHELLE D'UNE RUE, D'UN PARC



Figure 101 : Fréquentation mauvais temps - Cécile Delmas

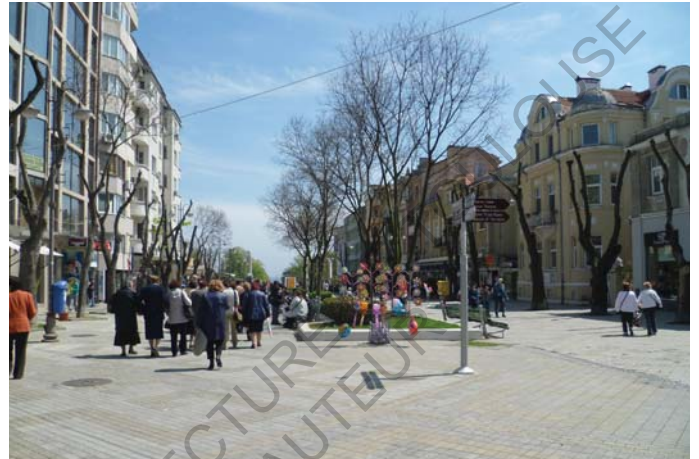


Figure 102 : Fréquentation beau temps - Habitants

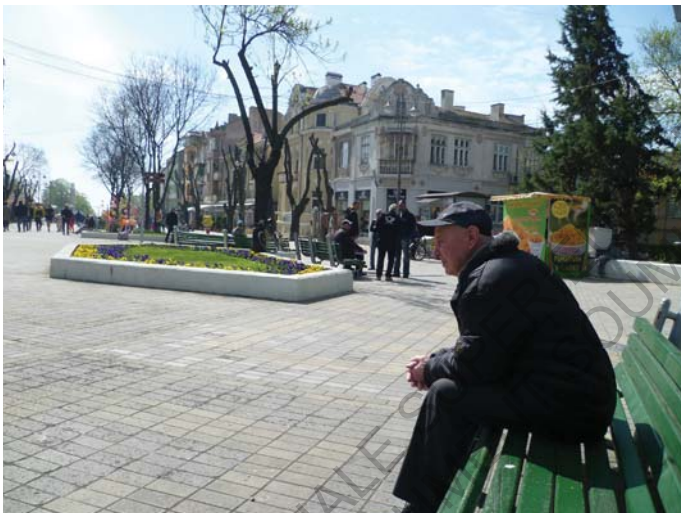


Figure 103 : Activité Matin - Cécile Delmas



Figure 104 : Activité milieu d'après-midi - Cécile Delmas

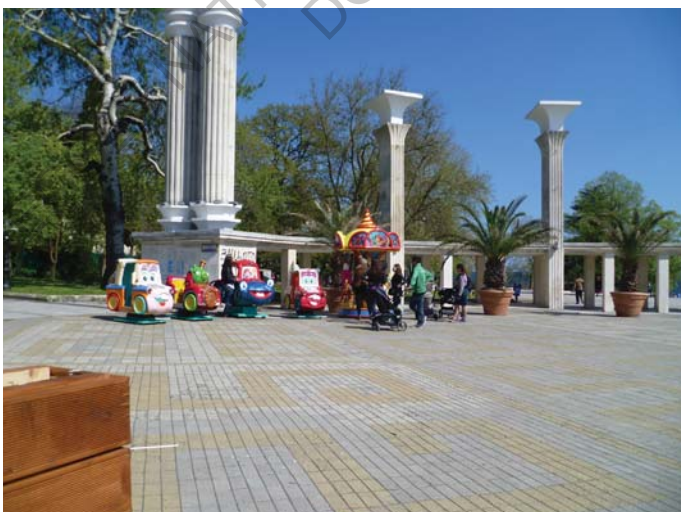


Figure 105 : Jeux pour enfants - Cécile Delmas



Figure 106 : Vendeur de jus - Cécile Delmas

La fréquentation de la rue Slivnitsa était totalement différente en fonction de la météo, et du moment de la journée.

De la même façon que les touristes sont présents à Varna seulement pendant la période estivale, cette rue touristique n'était fréquentée que très peu lorsqu'il ne faisait pas beau.

De plus, en fonction du moment de la journée, le nombre de personnes était différent et les activités étaient différentes. Le matin, lorsque la rue était encore partiellement ombragée, il y avait très peu de passants, peu de monde sur les terrasses. A ce moment là de la journée, j'ai principalement observé des personnes âgées qui se retrouvaient sur les bancs. En milieu de journée, lorsque le soleil était très fort, la fréquentation triplait, il y avait aussi bien des personnes en terrasse que des personnes qui marchaient le long de la rue ainsi que quelques personnes assises sur les bancs. A ce moment là de la journée, il était impossible de distinguer qui était touriste et qui était habitant. Enfin, lorsque la rue devenait de nouveau ombragée, la fréquentation baissait. Très peu des personnes marchaient, il y avait seulement quelques personnes arrêtées devant les différentes animations de la rue. Enfin, de nuit, la fréquentation est pratiquement inexistante sauf dans les bars de plage.

Il s'agit d'une rue de jeu, elle semble à part. Tout le long de la partie piétonne, il y a des jeux proposés pour les enfants, des sortes de cabanes avec des friandises à emporter et les mêmes cabanes qui servent de kiosque à journaux. La rue semblait impliquer le comportement des touristes et des habitants qui étaient attirés par l'animation, les distractions. A cet endroit et ce moment, touristes et habitants avaient exactement les mêmes activités. Comme le revendiquait l'équipe MIT, le touriste ne fait pas que «consommer des lieux et des paysages»¹. J'ajouterais qu'il a un comportement assez similaire à un habitant pendant son temps de loisirs. Il ne visite pas des quartiers d'habitation, il va là où les gens marchent et prennent du bon temps. Dans cette rue, il n'y a pas nécessairement de monument «à voir» qui faisaient partie des circuits organisés pourtant, il y a des touristes. Ils se mélangent aux habitants.

Dans mes entretiens, j'ai pu constaté également une grande fierté de la part des habitants que les touristes viennent visiter leur ville. La présence des touristes participent donc en effet à leur perception de la ville.

1 Equipe MIT, opus cit. p.43

III- UNE PERCEPTION DIFFERENTE A L'ECHELLE D'UNE RUE, D'UN PARC

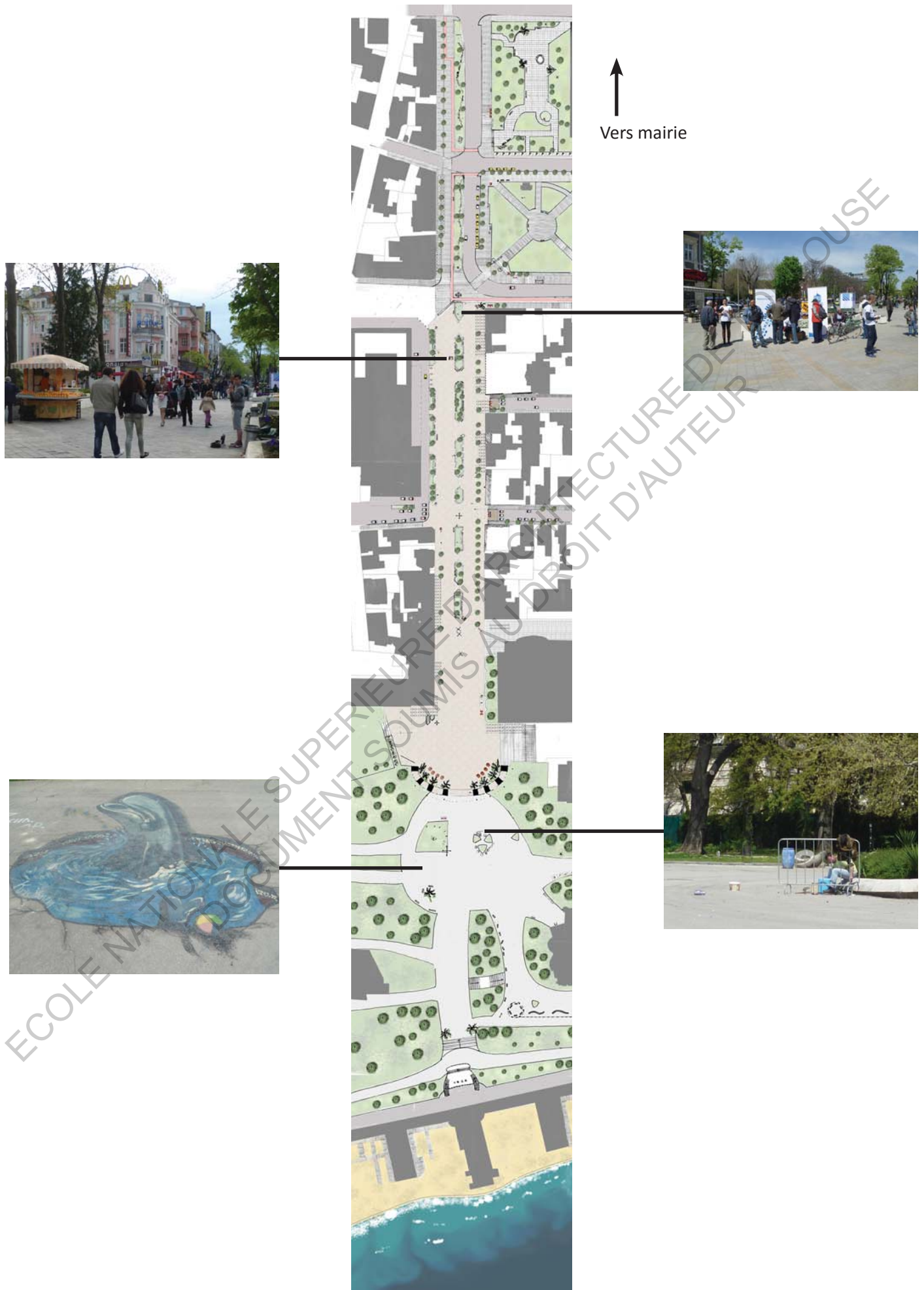


Figure 107 : Spectacle, Relevé 1/3000 Cécile Delmas

Enfin, la rue pourrait presque être décrite comme une zone de spectacle, surélevée par rapport aux rues qui lui sont perpendiculaires, elle est le lieu de spectacles de rue et de manifestations politiques. C'est un lieu pour se montrer.

Pendant la semaine passée sur place, j'ai pu observer par exemple une manifestation contre le génocide arménien, et une équipe candidate à la municipalité qui cirait les chaussures des gens pour faire campagne en réponse aux travaux de rénovation du centre-ville avoisinant.

Le comportement est donc influencé par la perception du lieu et la perception des autres.

ECOLE NATIONALE SUPERIEURE D'ARCHITECTURE DE TOULOUSE
DOCUMENT SOUMIS AU DROIT D'AUTEUR

III- UNE PERCEPTION DIFFERENTE A L'ECHELLE D'UNE RUE, D'UN PARC



Figure 108 : Chemin parcouru lors du relevé photographique, Beata Borisova

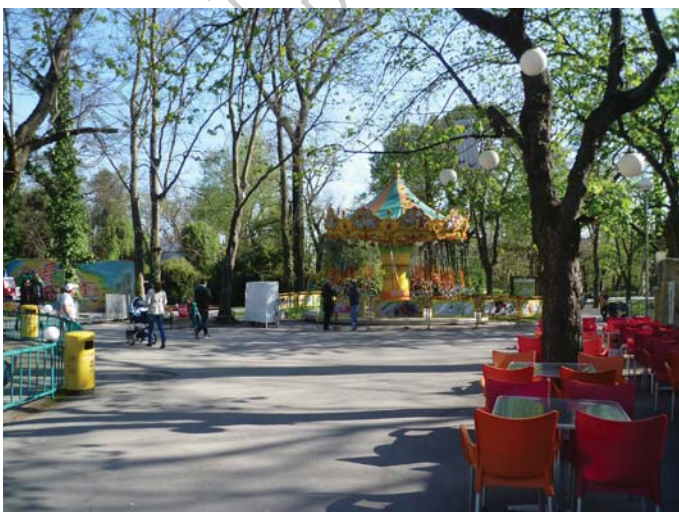


Figure 109 : Fête foraine - Cécile Delmas



Figure 110 : Zone de sport - Cécile Delmas

« Créé en 1878, ce bel et vaste espace vert longe le bord de mer sur près de 8 km et serait le plus grand jardin maritime d'Europe. En été, des familles s'y promènent, des vieilles dames y tricotent, il s'y passe toujours quelque chose et de nombreux sentiers boisés permettent de flâner »

C'est la description qui est faite dans le guide touristique Lonely Planet du parc Primorski. A en croire cette description le lieu est parfait pour les touristes. Il est exceptionnel puisqu'il est notable au sein de l'Europe, proche de la mer qui est ce qui a attiré les touristes à Varna, il permet la rencontre avec l'autochtone, promet d'être un espace festif, et propose des espaces pour flâner, chose qu'une élite reproche aux touristes de ne pas faire et qui leur permettraient d'aller en ce lieu totalement déculpabilisés.

C'est pourquoi, je me suis également intéressée au parc Primorski dans son ensemble. Vu sa dimension, j'ai fait un parcours aléatoire plutôt dans le sens longitudinal avec relevé photographique des usages en fonction de mon avancée dans le parc.

Ce parc est cerné par une route à quatre voies et le dénivelé qui précède le bord de mer. Ce dénivelé est rattrapé plus progressivement seulement au niveau du centre ville. Le parc est intéressant car en effet, comme promis par le guide, il est à la fois espace touristique et parc utilisé par les habitants.

Tout au long de notre parcours, nous avons traversé des zones complètement différentes. Le parc est parsemé de musées, restaurants et autres lieux de loisirs comme une fête foraine par exemple. A proximité de ces lieux, le parc est très organisé, le jardin très construit. A d'autres endroits, il est resté très sauvage. Ce qui était particulièrement intéressant au sujet de la perception c'est qu'il semblait y avoir également des zones d'usage. A certains endroits, nous croisions beaucoup de parents avec poussette, d'autres des couples adolescents comme si là encore le comportement des autres que l'on percevait nous entraînait à choisir cette zone pour cette activité et ainsi, entretenir la perception initiale. Mais parfois, les zones se créaient aussi naturellement à partir de ce qui étaient proposé par le parc. A proximité de la mer, il y a une promenade qui la surplombe le long de laquelle sont installés des machines de sport. Bien qu'elles ne soient pas utilisées en tant que tel, dans cet endroit là, il y avait des personnes qui faisaient leur footing, ce qui ne se retrouvait pas dans le reste du parc.

Il aurait été intéressant de faire ce même trajet plus tard dans l'année afin d'être réellement dans la période touristique. Au moment de notre venue, les musées étant fermés, il y avait très peu de touristes dans le parc, ou alors ils n'étaient pas différenciables des habitants. De plus, de nombreux endroits du parc étaient en travaux en préparation de la haute saison.

III- UNE PERCEPTION DIFFERENTE A L'ECHELLE D'UNE RUE, D'UN PARC

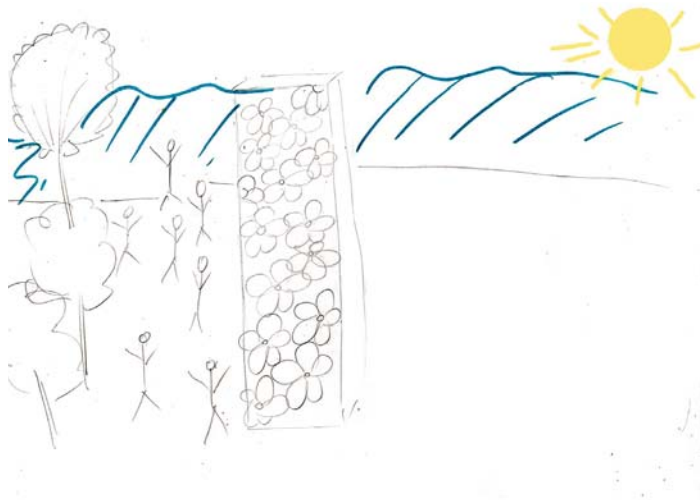


Figure 111 : Dessin habitante

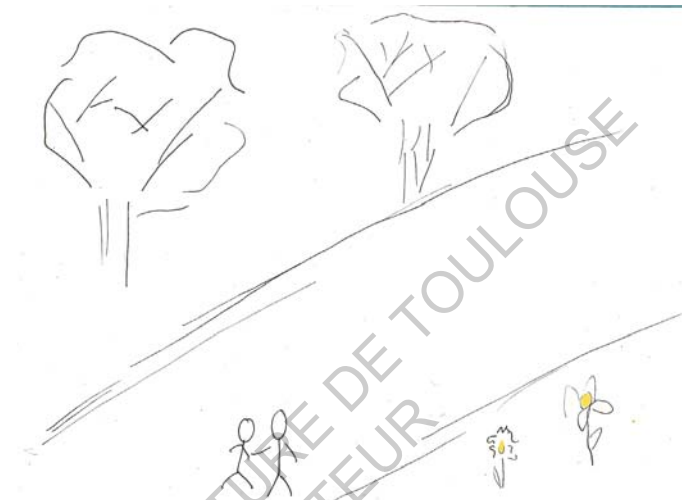


Figure 112 : Dessin habitant



Figure 113 : Dessin habitant



Figure 114 : Dessin habitant

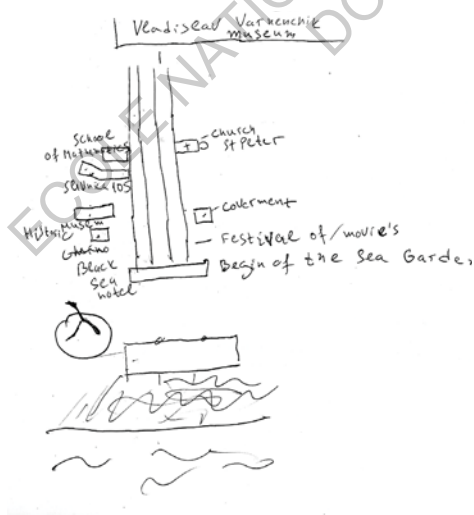


Figure 115 : Dessin habitant

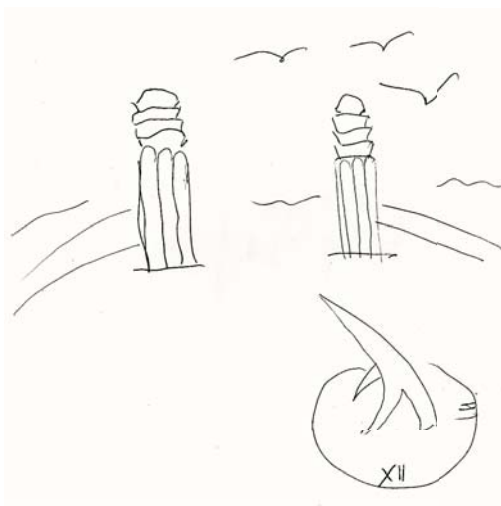


Figure 116 : Dessin habitant

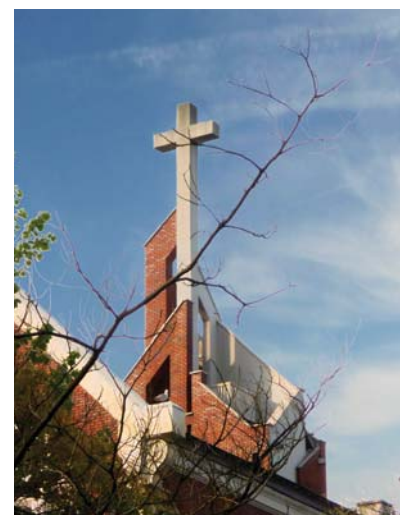


Figure 117 : Photo touristique

Le dernier critère de perception du modèle d'Antoine S. Bailly exposé en introduction est les repères. Les repères correspondent à des odeurs, des sons et des images que l'on perçoit. Il s'agit de l'environnement qui nous entoure et qui a une signification par rapport à notre vécu. Les repères sont les stimuli qui nous permettent d'en déduire des informations. Les individus peuvent être attirés par les éléments exceptionnels ou ordinaires, mais les éléments ordinaires forment l'espace et permettent de qualifier les autres d'exceptionnel.

Au cours de mes entretiens, je demandais aux personnes rencontrées de me dessiner la rue en fonction de ce qu'ils appréciaient, remarquaient, n'aimaient pas. Je n'ai malheureusement eu qu'une touriste qui a préféré me donner une photographie qu'un dessin. Je n'ai pas pu vérifié si certains touristes s'intéressaient davantage au cadre qu'aux éléments exceptionnels. En ce qui concerne les habitants, les dessins obtenus sont assez intéressants. En fonction des usages qu'ils font de la rue, ils la représentent différemment. De plus, certains s'attachent à des éléments exceptionnels et d'autres à des éléments ordinaires qui constituent le cadre.

Ces dessins montrent bien en revanche que le fait de s'attacher à des détails ou à un cadre dépend de chacun.

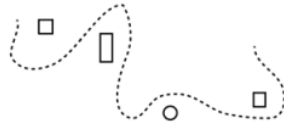
ECOLE NATIONALE SUPERIEURE D'ARCHITECTURE DE TOULOUSE
DOCUMENT SOUMIS AU DROIT D'AUTEUR

III- UNE PERCEPTION DIFFERENTE A L'ECHELLE D'UNE RUE, D'UN PARC

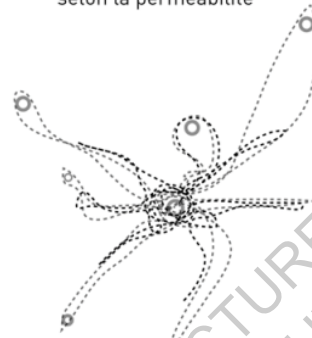
EN PEIGNE
structure directionnelle
+ branchements



EN SLALOM
dans un espace
encombré



EN PIEUVRE
à partir d'un noeud et
selon la perméabilité



EN NUAGE
de proche en proche
ou par contiguïté



Figure 118 : Les parcours et les situations spatiales, Sabine Chardonnet Darmaillacq

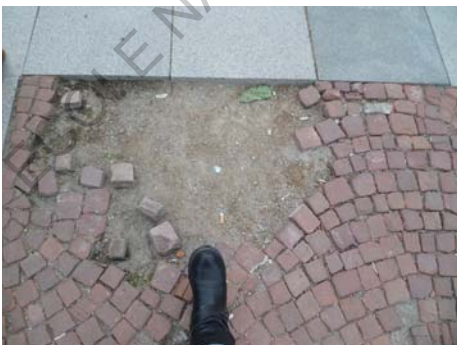
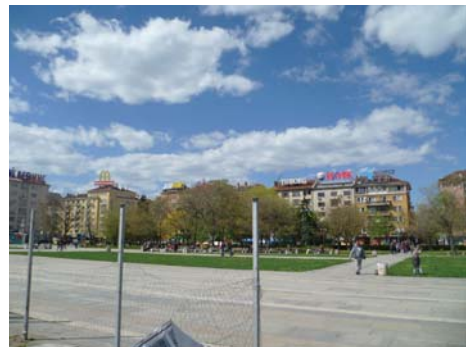
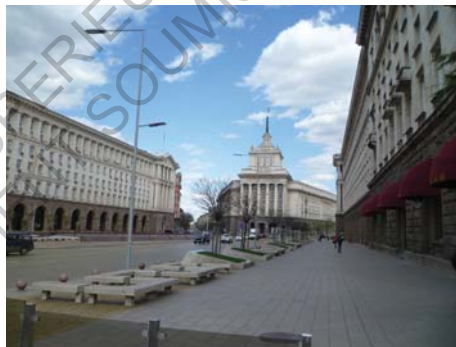
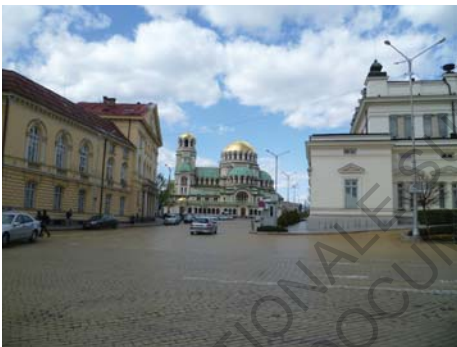


Figure 119 : Perception Touristes : Perception Habitants, Cécile Delmas

Se promener est une activité courante pour les touristes, c'est une des activités majeures de la rue Slivnitsa. Cela correspond d'ailleurs à un type de marche proposée par Sabine Chardonnet Darmaillacq. Elle propose quatre types de marche : la marche en peigne qui correspond au parcours le plus rapide et le plus efficace, la marche en slalom utilisée lorsque l'espace est encombré, la marche en pieuvre qui correspond au dispersement d'un groupe et la marche en nuage qui serait une marche s'effectuant de proche en proche. Elle associe cette dernière au touriste qui se promène de point d'intérêt en point d'intérêt.

Dans la rue Slivnitsa, j'ai pu observer trois types de marche en me basant sur ces critères. Les deux premières sont la marche en peigne et la marche en slalom, elles sont pratiquées principalement par des habitants. Je n'ai pas observé de marche en pieuvre. Enfin, la marche en nuage était la plus représentée.

Nous avons vu que la perception et le comportement ne sont pas nécessairement pour tous les touristes une question de succession de points mais que selon les personnes, le cadre, ce qui relie ces points est tout aussi important.

Plus que marche en nuage, elle serait qualifiable de marche sans but. Elle n'est pas le moyen de faire quelque chose mais une fin en soi. Cette marche se voudrait donc plus lente que les autres. Elle correspondrait à l'action de flaner, d'observer ce qui nous entoure, de prendre le temps. C'est grâce à la description de cette marche que j'en suis arrivée à la conclusion que les habitants, dans un espace assez touristique avaient eux aussi une activité touristique. En effet, elle était pratiquée par tous. Elle parle d'ailleurs lorsqu'elle l'aborde du fait que les habitants deviennent touristes dans leur propre ville le temps d'une journée. Etre touriste ne serait donc peut-être pas qu'un statut mais un état d'esprit.

Par opposition, les marcheurs en peigne, slalom et pieuvre, ne regarderaient que l'essentiel et principalement vers le sol et les gens. Ce n'est plus une question de plaisir et loisir mais une question d'utilité. Bien que cela puisse sembler être une anecdote, notre arrivée en Bulgarie, à Sofia illustre cette supposition. Alors que les étudiants français trébuchaient régulièrement sur le sol bulgare très abimé, les deux erasmus bulgares n'avaient aucun souci. C'est à dire que les Français en touristes qui découvraient la ville, regardaient en l'air, alors que les bulgares regardaient régulièrement le sol et nous disaient d'en faire de même.

Sabine Chardonnet Darmaillacq dit que le marcheur associe deux types de comportement et perception pendant sa marche, la condition locale qui est une perception égocentrée et la vision globale qui est une projection allocentrée. En plus du parcours, c'est l'équilibre entre ces deux perceptions qui diffère entre les marches évoquées précédemment.

La marche conditionnerait donc la perception par le parcours qu'elle emprunte, la vitesse de déplacement et la direction du regard.¹

1 CHARDONNET DARMAILLACQ S., «Le marcheur touriste chez soi ou visiteur dans la fabrique de l'urbanité», Colloque Journées du tourisme, Univertité AUSSER, Mai 2015

CONCLUSION

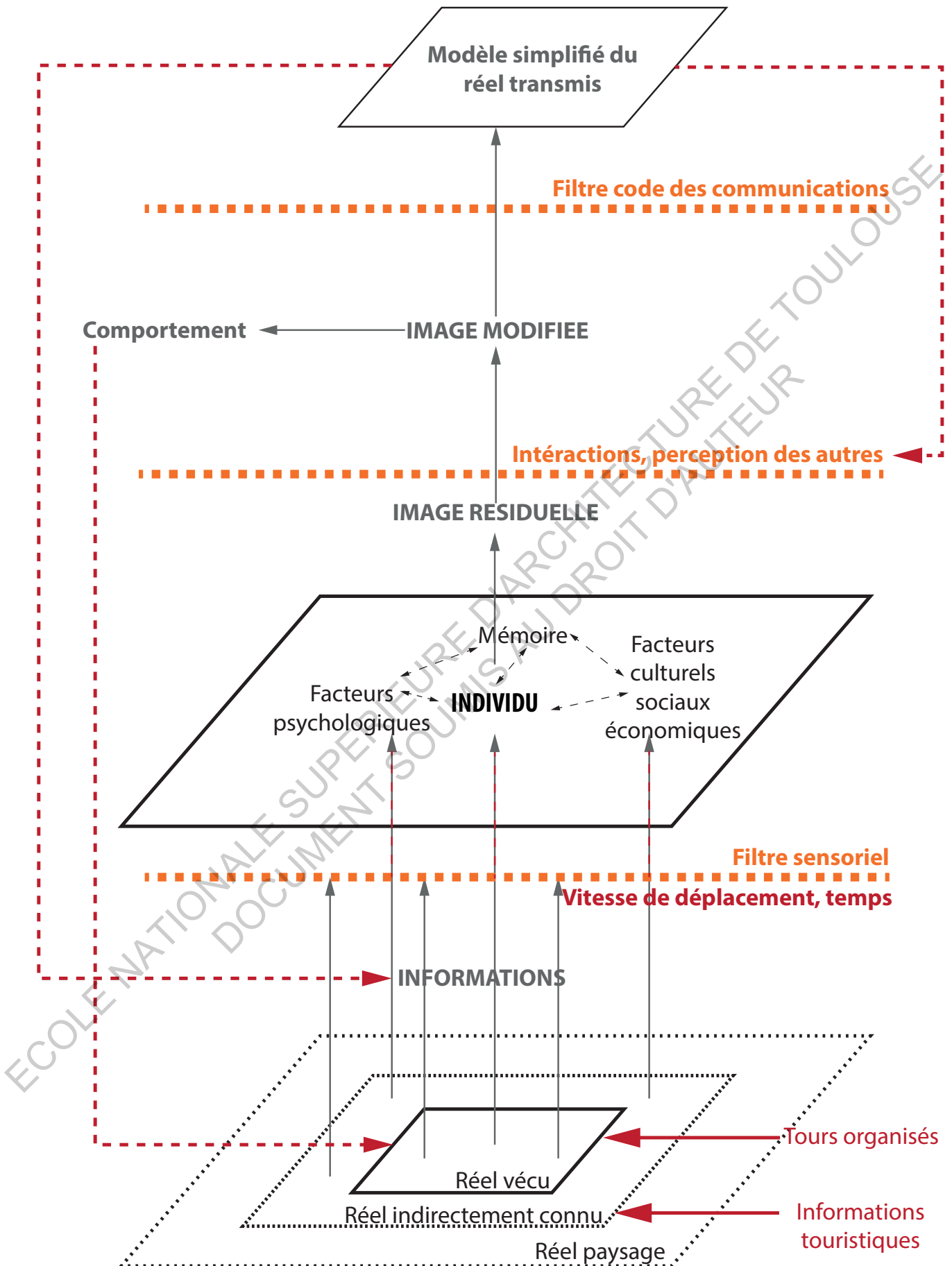


Figure 120 : Processus de perception, Cécile Delmas

En s'intéressant à Varna, il apparaît que les zones touristiques et habitantes sont des zones restreintes de la ville qui ont évolué ensemble.

Tant qu'un espace n'est pas pratiqué, l'individu en a tout de même une image. C'est le cas du touriste qui se constitue une image en préparant son voyage et de l'habitant qui a une image des quartiers qu'il ne pratique pas à travers les médias et la perception d'autres habitants.

Au sein d'un même espace, la perception ne semble pas dépendre du fait d'être touriste ou non mais plutôt de l'activité et du temps dont on dispose sur place. Si l'on est dans un temps de loisir, touristes et habitants semblent agir de la même façon. Une marche lente leur permet d'avoir une certaine perception de l'espace. La perception des lieux entraîne un comportement. Et le comportement des autres influence la perception. Sachant que les activités sont très variées et que la fréquentation est très différente dans le parc Primorski comme dans la rue Slivnitsa suivant le moment de l'année ou de la journée, la perception peut beaucoup changer.

Dans la perception d'un lieu, il y a toujours une comparaison avec ce qui est connu comme l'expliquait Bailly. La culture et la personnalité nous font analyser les informations reçus de différentes manières. Les trois critères qui décrivent la perception semblent intéressants mais ils ne tiennent pas compte d'une notion importante qui est le temps. En fonction du temps au sens de la météorologie et du temps au sens de la durée où l'on est dans un lieu et à la vitesse de déplacement, la perception est différente. Enfin, les perceptions des uns et des autres s'influencent s'il y a échange mais également s'il y a une interaction visuelle.

Il semble qu'il y ait une grande part de psychologique dans la perception d'une ville. Il y a, à ce sujet, deux notions que j'ai évoquées mais que je n'ai pas eu le temps de développer au cours de l'année. D'après moi, créer une habitude, des rituels dans la journée lorsqu'on est touriste, donne une sensation d'habiter la ville, elle peut donner l'impression d'avoir une perception plus proche de la perception habitante.

Pour les habitants, prendre le temps de se promener permet d'avoir un regard de touriste sur les lieux. Cependant, lorsque les habitants viennent tous les jours dans la rue Slivnitsa, il y a une notion d'habitude qui ne disparaît pas. La découverte d'un lieu dont on a une image conçu à partir d'informations communiquées (comme un touriste qui arrive dans une ville après avoir lu un guide) est une sensation que l'habitant peut avoir s'il étend sa zone pratiquée de la ville à des quartiers dont il a déjà une image.

Etudier comment le voyage permet à l'individu de se resourcer pourrait être intéressant pour comprendre en quoi se distraire dans sa propre ville ne le permet pas. En supposant que c'est la différence de perception qui entraîne des sensations différentes.

BIBLIOGRAPHIE

- AUGE M., L'Impossible voyage: le tourisme et ses images, Payot et Rivages, Paris, 1997
- BAILLY A. S., « La perception des paysages urbains, Essai méthodologique », Espace géographique Tome 3, n°3, Paris, 1974, p. 211-217
- BAKER M., DELISO C., WATERS R., WATKINS R., Roumanie et Bulgarie, Lonely planet, Paris, 2013
- BOULINEAU E., « Bulgarie : Aménager un territoire européen périphérique », in : sous la direction de JEAN Y. et BEAUDELLE G., L'Europe, aménager les territoires, Paris, Armand Colin, 2009, pp. 282-295
- DUHAMEL P., «Le tourisme», Lectures géographiques, La documentation française, Corlet, 2013
- DUHAMEL P. et KNAFOU R., Mondes urbains du tourisme, Belin, Paris, 2007
- BERNADIE-TAHIR N., «Quand les touristes rencontrent les habitants : territoires et lieux communs dans la ville de Zanzibar
 - KNAFOU R., L'urbain et le tourisme : une construction laborieuse,
- Equipe MIT, Tourismes 1, Lieux communs, Belin, Paris, 2008
- FAURISSON F., D'Ouest en Est, La construction du territoire : œuvre en mouvement, ENSA Toulouse, Mémoire de master, 2013
- GILEV G. et DIMOVA B., Local Action Plan City of Varna, URBACT, 2011
- GRAVARI-BARBAS M., Aménager la ville par la culture et le tourisme, Le Moniteur, Paris, 2007
- JOSSE P., AL SUBAIHI I, DE BOUISGROLLIER M., BROUARD T, Le routard : Roumanie, Bulgarie, Hachette Livre, Paris, 2014
- KONSTANTINOVA Y., La communication touristique en Bulgarie-Nouvelles approches. Colloque bilatéral franco-roumain, CIFSIC Université de Bucarest,
- LYNCH K., L'image de la cité, Editions Dunod, Paris, 1969
- MICHEL F., Désir d'ailleurs, Armand Colin, Paris, 2000
- PONCET J. Le développement du tourisme en Bulgarie, Paris, 1976
- URBAIN J-D, L'idiot du voyage : Histoire de touristes, Payot, Paris, 2002
- VALIULYTE J., Urban transformation of Riga's microrayons, Institute for sustainable urbanism, Braunschweig Germany, 2013

AUTRES SOURCES

Participation aux journées d'études du tourisme des 28 et 29 mai 2015, UMR AUSSER dont CHARDONNET DARMAILLACQ Sabine, «Le marcheur touriste chez soi ou visiteur dans la fabrique de l'urbanité»

Archives municipales de Varna

http://issuu.com/varna2019/docs/varna2019_bid_book_eng - Dossier de Candidature Capitale Européenne de la Culture, Varna 2019, mars 2015

<http://agup.varna.bg>, consulté en novembre 2014, cartes du master plan de la ville, novembre 2015

<http://bulgariatravel.org/>, site officiel du tourisme bulgare, juin 2015

<http://visit.varna.bg> , site de l'office de tourisme de Varna, août 2015

<http://www.ak-ansichtskarten.de>, site de vente en ligne de cartes postales (1900-1991), juin 2015

<http://www.delcampe.fr>, site de vente en ligne de cartes postales (1900-1991), juin 2015

<http://www.culture.gouv.fr/culture/actualites/communiq/albanel/Capitale.pdf>, informations sur le titre de Capitale Européenne à la Culture, juillet 2015

TABLE DES FIGURES

Figure 1 - Marrakech 2011, Cécile Delmas	4
Figure 2 - Aachen 2013, Cécile Delmas	4
Figure 3 - Amsterdam 2013, Cécile Delmas	4
Figure 4 - Paris 2014, Cécile Delmas	4
Figure 5 - Cape town – 2014, Cécile Delmas	4
Figure 6 - Muraille de Chine 2009, Cécile Delmas	4
Figure 7 - Ubrique, Andalousie 2012, Cécile Delmas	4
Figure 8 - Berlin 2013, Cécile Delmas	4
Figure 9 : Corpus de 10 images, Cécile Delmas	6
Figure 10 : Publicité aéroport Charles de Gaulle, Paris, 2015, Cécile Delmas	8
Figure11 : Image de la problématique, Cécile Delmas	12
Figure 12 : Terrain mental, Cécile Delmas	14
Figure 13 : Processus de perception selon Antoine S. Bailly, Cécile Delmas	16
Figure 14 : Carte des microrayons-Corpus collectif CRAB 2014-2015	18
Figure 15 : Appréhension de la ville d'après Antoine S. Bailly, La perception des paysages urbains	19
Figure 16 : Carte historique 1878 d'après Archives municipales, Corpus collectif CRAB 2014-2015	20
Figure 17 : Carte historique 1897 d'après Archives municipales, Corpus collectif CRAB 2014-2015	20
Figure 18 : Carte postale de 1900	20
Figure 19 : Carte postale de 1902	20
Figure 20 : Carte postale de 1903	20
Figure 21 : Carte postale de 1903	20
Figure 22 : Carte postale de 1907	20
Figure 23 : Carte postale de 1919	22
Figure 24 : Carte postale de 1919	22
Figure 25 : Carte postale de 1919	22
Figure 26 : Carte postale de 1920	22
Figure 27 : Carte postale de 1920	22
Figure 28 : Carte postale de 1921	22
Figure 29 : Carte postale de 1926	22
Figure 30 : Carte postale de 1926	22
Figure 31 : Carte postale de 1927	22
Figure 32 : Carte postale de 1928	22
Figure 33 : Carte postale de 1932	22
Figure 34 : Carte postale de 1939	22
Figure 35 : Carte historique 1930 d'après Archives municipales, Corpus collectif CRAB 2014-2015	22
Figure 36 : Carte historique 1940 d'après Archives municipales, Corpus collectif CRAB 2014-2015	24

Figure 37 : Carte postale de 1943	24
Figure 38 : Carte postale de 1949	24
Figure 39 : Carte postale de 1952	24
Figure 40 : Carte historique 1956 d'après Archives municipales, Corpus collectif CRAB 2014-2015	26
Figure 41 : Carte postale de 1954	26
Figure 42 : Carte postale de 1956	26
Figure 43 : Carte postale de 1956	26
Figure 44 : Carte postale de 1956	26
Figure 45 : Carte postale de 1960	26
Figure 46 : Carte postale de 1961	26
Figure 47 : Carte postale de 1967	26
Figure 48 : Carte postale de 1969	26
Figure 49 : Carte postale de 1969	26
Figure 50 : Carte postale de 1969	26
Figure 51 : Carte historique 1983 d'après Archives municipales, Corpus collectif CRAB 2014-2015	28
Figure 52 : Carte postale de 1985	28
Figure 53 : Carte postale de 1987	28
Figure 54 : Carte historique 1991 d'après Archives municipales, Corpus collectif CRAB 2014-2015	30
Figure 55 : Carte postale de 1991	30
Figure 56 : Carte postale de 1997	30
Figure 57 : Paysage de Varna, Corpus collectif CRAB 2014-2015	32
Figure 58 : Transports, Corpus collectif CRAB 2014-2015	34
Figure 59 : Typologie, Corpus collectif CRAB 2014-2015	36
Figure 60 : Prospectus office du tourisme visible en annexe p.103	38
Figure 61 : Prospectus office du tourisme visible en annexe p.103	38
Figure 62 : Emprise des plans touristiques, Cécile Delmas et Corpus collectif CRAB 2014-2015	38
Figure 63 : Echelle d'interaction touristes-habitants, Cécile Delmas d'après le texte de Bernadine-Tahir N.	40
Figure 64 : Lieux monogènes, Cécile Delmas	40
Figure 65 : Tours organisés, d'après entretien directeur office du tourisme, Cécile Delmas	42
Figure 66 : Prospectus office du tourisme	42
Figure 67 : Enjeux définis dans la candidature à la Capitale Européenne de la Culture, Corpus collectif CRAB 2014-2015	44
Figure 68 : Décentraliser la culture, candidature Capitale Européenne de la Culture, Corpus collectif CRAB 2014-2015	44
Figure 69 : Programme de la candidature Capitale Européenne de la Culture, Corpus collectif CRAB 2014-2015	46
Figure 70 : Schéma culturel sur le long terme, candidature Capitale Européenne de la Culture, Corpus collectif CRAB 2014-2015	46
Figure 71 : Publicité dans le métro parisien, Cécile Delmas	48
Figure 72 : Park monument of the Bulgarian friendship, Cécile Delmas	50
Figure 73 : Vue depuis le park monument of the Bulgarian friendship, Cécile Delmas	50
Figure 74 : Hotel Chernomorets, Cécile Delmas	50
Figure 75 : Panneaux directionnels installés après demande des touristes (cf entretien avec directeur de l'office du tourisme), Cécile Delmas	52
Figure 76 : www.bulgariatravel.org juin 2015	56
Figure 77 : www.bulgariatravel.org juin 2015	56
Figure 78 : www.bulgariatravel.org juin 2015	56
Figure 79 : www.bulgariatravel.org juin 2015	56
Figure 80 : www.bulgariatravel.org juin 2015	56
Figure 81 : www.bulgariatravel.org juin 2015	56

Figure 82 : www.visit.varna.bg août 2015	58
Figure 83 : www.visit.varna.bg août 2015	58
Figure 84 : www.visit.varna.bg août 2015	58
Figure 85 : www.visit.varna.bg août 2015	58
Figure 86 : www.visit.varna.bg août 2015	58
Figure 87 : www.visit.varna.bg août 2015	58
Figure 88 : www.visit.varna.bg août 2015	58
Figure 89 : www.visit.varna.bg août 2015	58
Figure 90 : Image à priori, Cécile Delmas	62
Figure 91 : Relevé 1/3000, Cécile Delmas	
Figure 92 : Plan de situation rue Slivnitsa, Cécile Delmas	66
Figure 93 : Transition, Relevé 1/3000, Cécile Delmas	68
Figure 94 : Frontière, 1/500 Cécile Delmas	68
Figure 95 : Plan de situation rue Slivnitsa, Cécile Delmas	69
Figure 96 : Relevé flux 1/2000, Cécile Delmas	70
Figure 97 : Relevé flux 1/1000, Cécile Delmas	70
Figure 98 : Philippe Duhamel d'après Emanuelle Peyvel, L'émergence du tourisme au Vietnam : Lieux, pratiques et imaginaires, thèse soutenue en 2009	72
Figure 99 : Relevé bars restaurants, 1/2000, Cécile Delmas	72
Figure 100 : Origine des touristes en Bulgarie, d'après statistiques obtenues pendant l'entretien avec le directeur de l'office du tourisme, Cécile Delmas	74
Figure 101 : Fréquentation mauvais temps, Cécile Delmas	76
Figure 102 : Fréquentation beau temps, Habitante	76
Figure 103 : Activité Matin, Cécile Delmas	76
Figure 104 : Activité milieu d'après-midi, Cécile Delmas	76
Figure 105 : Jeux pour enfants, Cécile Delmas	76
Figure 106 : Vendeur de jus, Cécile Delmas	76
Figure 107 : Spectacle, Relevé 1/3000 Cécile Delmas	78
Figure 108 : Chemin parcouru lors du relevé photographique, Beata Borisova	80
Figure 109 : Fête foraine, Cécile Delmas	80
Figure 110 : Zone de sport, Cécile Delmas	80
Figure 111 : Dessin habitante	82
Figure 112 : Dessin habitant	82
Figure 113 : Dessin habitant	82
Figure 114 : Dessin habitant	82
Figure 115 : Dessin habitant	82
Figure 116 : Dessin habitant	82
Figure 117 : Photo touriste	82
Figure 118 : Les parcours et les situations spatiales, Sabine Chardonnet Darmaillacq	84
Figure 119 : Perception Touristes : Perception Habitants, Cécile Delmas	84
Figure 120 : Processus de perception, Cécile Delmas	86
En annexe :	
Figure 121 : La Bulgarie en Europe, Corpus collectif CRAB 2014-2015	92
Figure 122 : La Bulgarie vis à vis de la mer noire, Corpus collectif CRAB 2014-2015	92
Figure 123 : Statistiques sur l'origine des touristes en Bulgarie	94
Figures 124 à 128 : Relevé 1/500 - Cécile Delmas	98



- Routes Européennes
- - - Liaisons aériennes
- - - Flux d'hydrocarbures
- Grands ports de la mer noire

Figure 121 : La Bulgarie en Europe, Corpus collectif CRAB 2014-2015

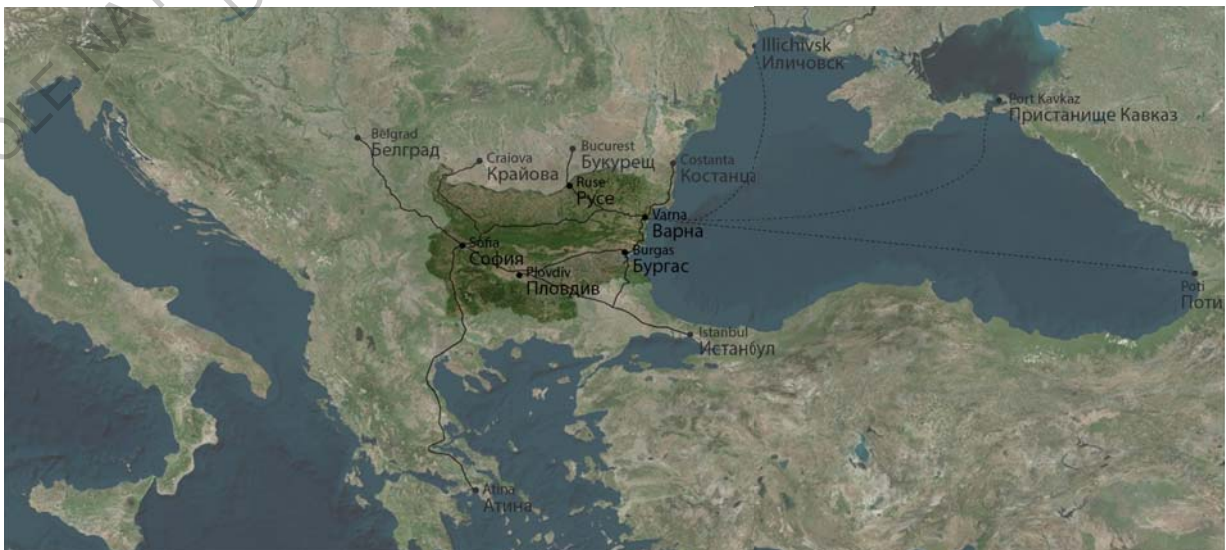


Figure 122 : La Bulgarie vis à vis de la mer noire, Corpus collectif CRAB 2014-2015

La Bulgarie intègre l'Union Européenne en 2007. Elle se trouve à la charnière entre l'orient et l'occident, son caractère oriental est renforcé par des héritages ottomans.

Les axes d'aménagement du territoire prennent en compte une intégration au continent européen, on y observe des liaisons aériennes depuis Sofia vers l'Europe du Nord-Est, ainsi que vers le centre de l'Europe. D'autres liaisons moins importantes se font vers l'Europe de l'Est et la Grèce.

Les Routes Européennes passant par Varna traversent l'Europe d'Ouest en Est, depuis l'Espagne ainsi que du Sud au Nord depuis la Turquie.

La Bulgarie a pour but d'être un carrefour des routes d'hydrocarbure entre l'Asie centrale et l'Europe. Ainsi la façade sur la mer noire est une interface de l'Union Européenne. On y trouve les grands ports de transport de marchandises dominés par celui de Novorossiysk en Russie. En Bulgarie le port de Bourgas est au cœur des dispositifs mis en place. Le port de Varna est lui davantage tourné sur le transport de personnes et touristique bien qu'il soit en grande partie industriel.

On peut observer au sein de la Bulgarie des disparités régionales. Ainsi la région de Sofia est dominée par le dynamisme de la capitale, tandis que les régions de Varna et Bourgas, sont elles, portées par le dynamisme de la mer noire.

Les régions moins dynamiques se situent dans les campagnes et les zones frontalières affectées par un déclin démographique car délaissées pendant la période socialiste (dévitalisation des espaces limitrophes du Danube et de la corne du Nord-Ouest).

Les villes bulgares sont en situation d'archipel dans un espace de faible densité.¹

La ville de Varna est la capitale maritime et la troisième de la Bulgarie après Sofia et Plovdiv. On recense en 2011, 330 486 habitants. Sa situation sur la côte de la mer noire en fait une des plus importantes stations balnéaires de Bulgarie.²

Varna échange facilement avec les pays bordant la mer noire et les pays alentours. En revanche, les liaisons aériennes devant passer nécessairement par Sofia, l'accessibilité est plus difficile pour les pays plus éloignés et notamment l'Europe de l'Ouest.

1 BOULINEAU E., « Bulgarie : Aménager un territoire européen périphérique », in : sous la direction de JEAN Y. et BEAUDELLE G., L'Europe, aménager les territoires, Paris, Armand Colin, 2009, pp. 282-295

2 GILEV G. et DIMOVA B., Local Action Plan City of Varna, URBACT, 2011

ANNEXES

OFFICE DU TOURISME

	2014
Country	%
Autriche	0,76
Belgique	1,09
Bulgarie	12,88
Royaume Uni	7,38
Allemagne	20,56
Grèce	0,24
Danemark	1,31
Estonie	0,58
Irlande	0,03
Espagne	1,06
Italie	1,8
Chypre	0,05
Lettonie	0,24
Lituanie	0,84
Luxembourg	0,01
Malte	0,02
Pologne	8,5
Portugal	0,07
Roumanie	1,51
Slovaquie	0,37
Slovénie	0,06
Hongrie	0,79
Finlande	0,95
France	7,35
Pays-Bas	0,85
Croatie	0,01
République Tchèque	1,01
Suède	0,44
Restant	29,24

AÉROPORT

Country	2014		2013		Delta
	Nombre	%	Nombre	%	
Russia	337866	24,6	382834	29,4	-12%
Germany	323396	23,5	295095	22,6	10%
Bulgaria	130382	9,5	134480	10,3	-3%
United Kingdom	65788	4,8	62191	4,8	6%
Poland	60086	4,4	57817	4,4	4%
Austria	59627	4,3	56701	4,3	5%
Israel	70826	5,2	44264	3,4	60%
Belarus	47024	3,4	32565	2,5	44%
Norway	34932	2,5	30953	2,4	13%
Belgium	24746	1,8	20993	1,6	18%
Turkey	31047	2,3	5125	0,4	506%
Lithuania	18771	1,4	16842	1,3	11%
Estonia	17333	1,3	16313	1,3	6%
Czech Republic	17810	1,3	15651	1,2	14%
Finland	12160	0,9	20613	1,6	-41%
Ukraine	13895	1,0	16556	1,3	-16%
Denmark	16381	1,2	13551	1,0	21%
Luxembourg	12183	0,9	12795	1,0	-5%
France	11469	0,8	9849	0,8	16%
Iran	14299	1,0	5428	0,4	163%
Latvia	8022	0,6	9074	0,7	-12%
Switzerland	8699	0,6	6638	0,5	31%
Sweden	6936	0,5	6528	0,5	6%
Lebanon	5457	0,4	6625	0,5	-18%
Kuwait	3127	0,2	4652	0,4	-33%
Hungary	2	0,0	7315	0,6	-100%
Serbia	5526	0,4	177	0,0	3022%
Armenia	2169	0,2	3036	0,2	-29%
Romania	4625	0,3	274	0,0	1588%
Slovakia	1974	0,1	2637	0,2	-25%
Greece	1865	0,1	2395	0,2	-22%
Italy	2358	0,2	1357	0,1	74%

Country	2014		2013		Delta
	Nombre	%	Nombre	%	
Slovenia	599	0,0	1695	0,1	-65%
Malta	270	0,0	548	0,0	-51%
Jordan	763	0,1		0,0	
Portugal	236	0,0	360	0,0	-34%
Croatia	329	0,0	104	0,0	216%
United Arab Emirates	352	0,0	0	0,0	
Algeria	185	0,0	7	0,0	2543%
Netherlands	32	0,0	108	0,0	-70%
Pakistan	46	0,0	0	0,0	
Georgia	5	0,0	38	0,0	-87%
United States			34		-100%
Afghanistan	0		30		-100%
Spain	3		21		-86%
Cyprus	8		10		-20%
Iraq	0		17		-100%
Macedonia, FYR	13		0		
Kazakhstan	9		3		200%
India	7				
Canada			7		-100%
Ireland			7		-100%
Albania	6				
Egypt	6		0		
Moldova	6		0		
Morocco			2		-100%
Montenegro	1				
Bosnia and Herzegovina	0		1		-100%
Iceland			0		
Turkmenistan	0				
Azerbaijan	0		0		
Saudi Arabia			0		
Grand Total	1373658		1304316		5%

Figure 123 : Statistiques sur l'origine des touristes en Bulgarie

ANNEXES

La Bulgarie, conquise en 1392 par l'empire ottoman, fut une province de celui-ci durant 5 siècles. C'est seulement le 3 mars 1878, après la victoire des Russes sur les Turcs durant la guerre russo-turque, que la Bulgarie gagne son indépendance. Au sujet de ce nouvel état se pose la question de l'identité nationale. La constitution d'une nation bulgare a été difficile, à cause d'une indépendance tardive et d'une situation géopolitique assez instable.

Le pays est impliqué en 1912 et 1913 dans les guerres des Balkans. Durant la période de 1912 à 1918, la Bulgarie participa à deux guerres balkaniques et perdit une partie de ses territoires au profit de la Roumanie, la Turquie, la Grèce et la Yougoslavie. En octobre 1918, le tsar Boris III monte sur le trône de la Bulgarie et change l'approche de la politique bulgare. Il concentre l'intégralité des pouvoirs et met en place une forte censure. Il soumet la Bulgarie à un régime fortement autoritaire. En 1935, il installe une dictature personnelle.

Durant la deuxième guerre mondiale, la Bulgarie déclara la guerre à l'Angleterre et aux États-Unis en 1942. Il y avait à l'époque une volonté d'affirmation d'une unité nationale alliée à la peur du communisme, en faveur d'une alliance avec l'Allemagne. L'Armée rouge déclare la guerre à la Bulgarie le 5 septembre 1944. Cette guerre se nomme «la guerre d'un jour». En effet le lendemain, une insurrection renverse le gouvernement et instaure un régime favorable à l'URSS.

À partir de 1944, la Bulgarie entre dans une période de démocratie populaire. L'État bulgare établit les bases d'une alternative socialiste. Peu à peu, la Bulgarie se dirige vers un modèle soviétique. Durant la période de démocratie populaire, «l'idéologie fut utilisée pour unir le peuple bulgare dans l'accomplissement de l'idéal communiste».¹ Une direction de la propagande toucha de nombreux journalistes et intellectuels de l'époque. Le capitalisme devient l'ennemi du communisme bulgare. L'accumulation du capital devient une pratique honteuse condamnée par le Parti. La démocratie populaire a été une transition vers le modèle soviétique du communisme, conçue pour introduire progressivement l'idée du communisme dans les mœurs et la politique bulgare.

À partir de 1947, le Kominform fait disparaître la notion de démocratie populaire pour se rapprocher du modèle soviétique. Entre 1948 et 1953, la Bulgarie entre dans une période de stalinisme pur. Le Parti ouvrier bulgare contrôle l'appareil d'État et impose son idéologie à la société bulgare. Le pays devient alors une République populaire, qui n'a de République populaire que le nom...

L'absence totale d'opposition permet au POB de contrôler entièrement la politique bulgare. Un système politique totalitaire de type soviétique est mis en place. Durant cette période, l'économie bulgare est dirigée par l'URSS. Du côté culturel, cette période implique la domination totale de l'idéal socialiste par les artistes et les penseurs bulgares. Les artistes furent contraints de respecter les désirs du POB afin que leurs œuvres puissent instruire les masses, cela conduisit à un appauvrissement de la culture. Leurs œuvres étaient jugées

1 FAURISSON F., D'Ouest en Est, La construction du territoire : œuvre en mouvement, ENSA Toulouse, 2013, p. 228

sur un critère de conformité aux buts du POB et non sur la performance artistique. Dans l'éducation, les manuels soviétiques sont traduits en bulgare et contribuent à développer l'idéologie du Parti chez les plus jeunes.

De 1953 (mort de Staline) à 1985 (arrivée de Gorbatchev au pouvoir), la Bulgarie connaît la période du Jivkovisme

Durant cette période, la Bulgarie devient un état satellite de l'URSS. Durant ces 30 ans, la Bulgarie fut l'un des alliés les plus fidèles du bloc soviétique. Son identité fut alors figée dans le cadre du système de l'URSS, dans lequel elle se fondait.

Le régime communiste bulgare de la fin des années 80 est marqué par la corruption, une pénurie croissante et une désillusion importante des Bulgares par rapport à la politique.

Démographie en baisse et ouverture progressive du pays sur l'extérieur firent prendre conscience aux Bulgares de la crise globale qui touchait leur pays. L'Union soviétique se retira dans la gestion économique des pays de l'Est et engendra des conséquences désastreuses pour la Bulgarie, qui était auparavant très favorisée par cette position. La Bulgarie s'est tournée vers l'Ouest pour chercher des partenaires économiques, cette période a coïncidé avec celle de la libération des esprits et des écrits.

Contrairement aux pays de l'Europe de l'Est comme la Hongrie et la Pologne, la transition de la Bulgarie impliqua la population en aval. La Bulgarie éprouve des difficultés à proclamer son indépendance par rapport au régime soviétique. La population bulgare est pétrifiée par la peur des répressions et parallèlement par la peur d'une influence trop importante des pays occidentaux.

Le 9 novembre 1989, le jour de la chute du Mur de Berlin, marque la fin du règne de Jivkov à la tête de la Bulgarie. La volonté de changement de société amena à l'organisation d'élections entre les partisans d'un changement progressif de modèle et les défenseurs d'une démocratisation et d'une libération de l'économie de marché. Des désobéissances civiles eurent lieu, dues à des tensions entre les différents partis politiques. Celles-ci furent visibles notamment à Sofia sur la place Alexandre Battenberg, où émergèrent des villes de la vérité. La tension sociale atteignit son apogée lors de l'incendie de la Maison du Parti à Sofia le 26 août 1990. C'est en 1991 que la chute du communisme aura lieu en Bulgarie.

ANNEXES

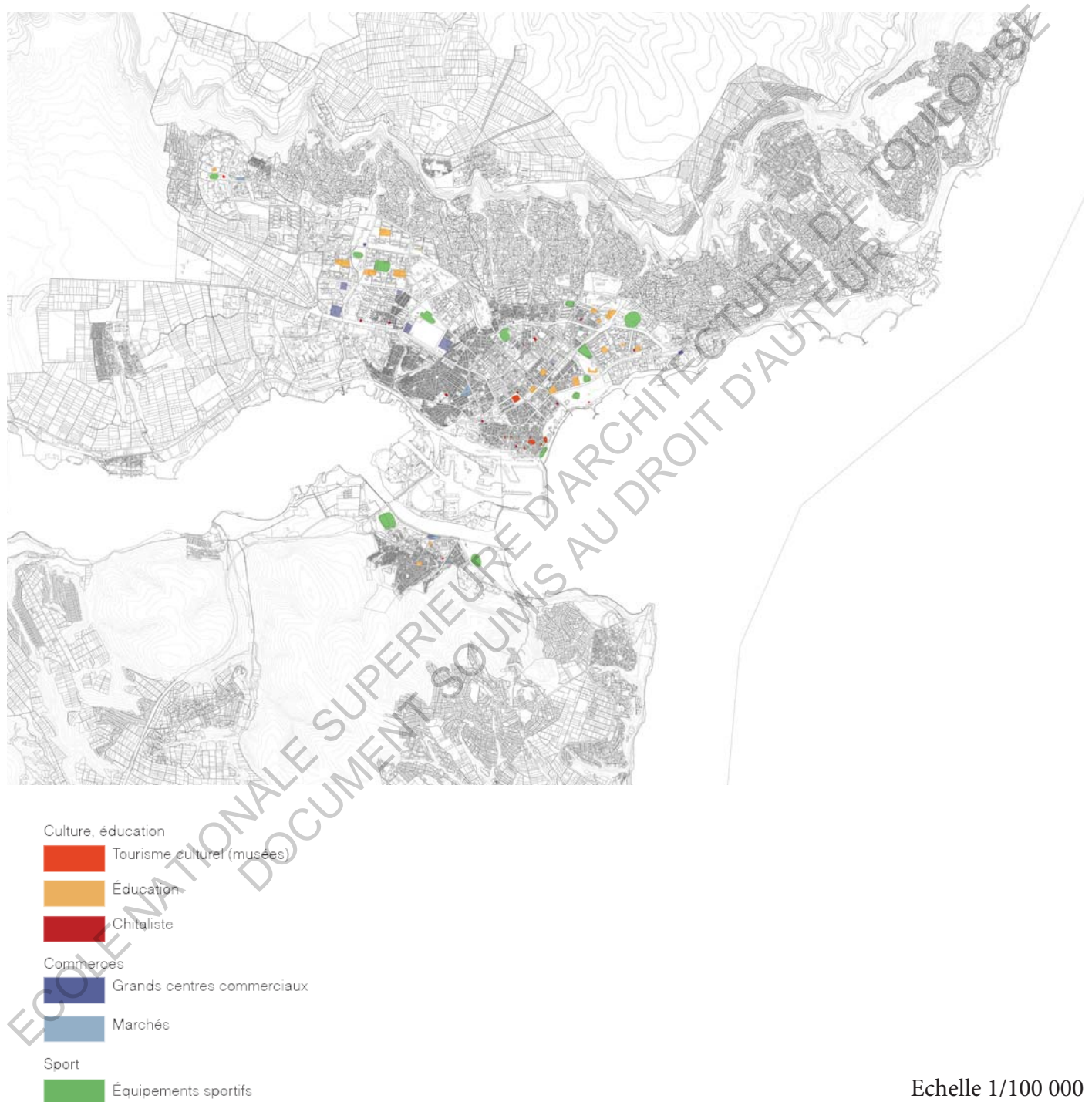


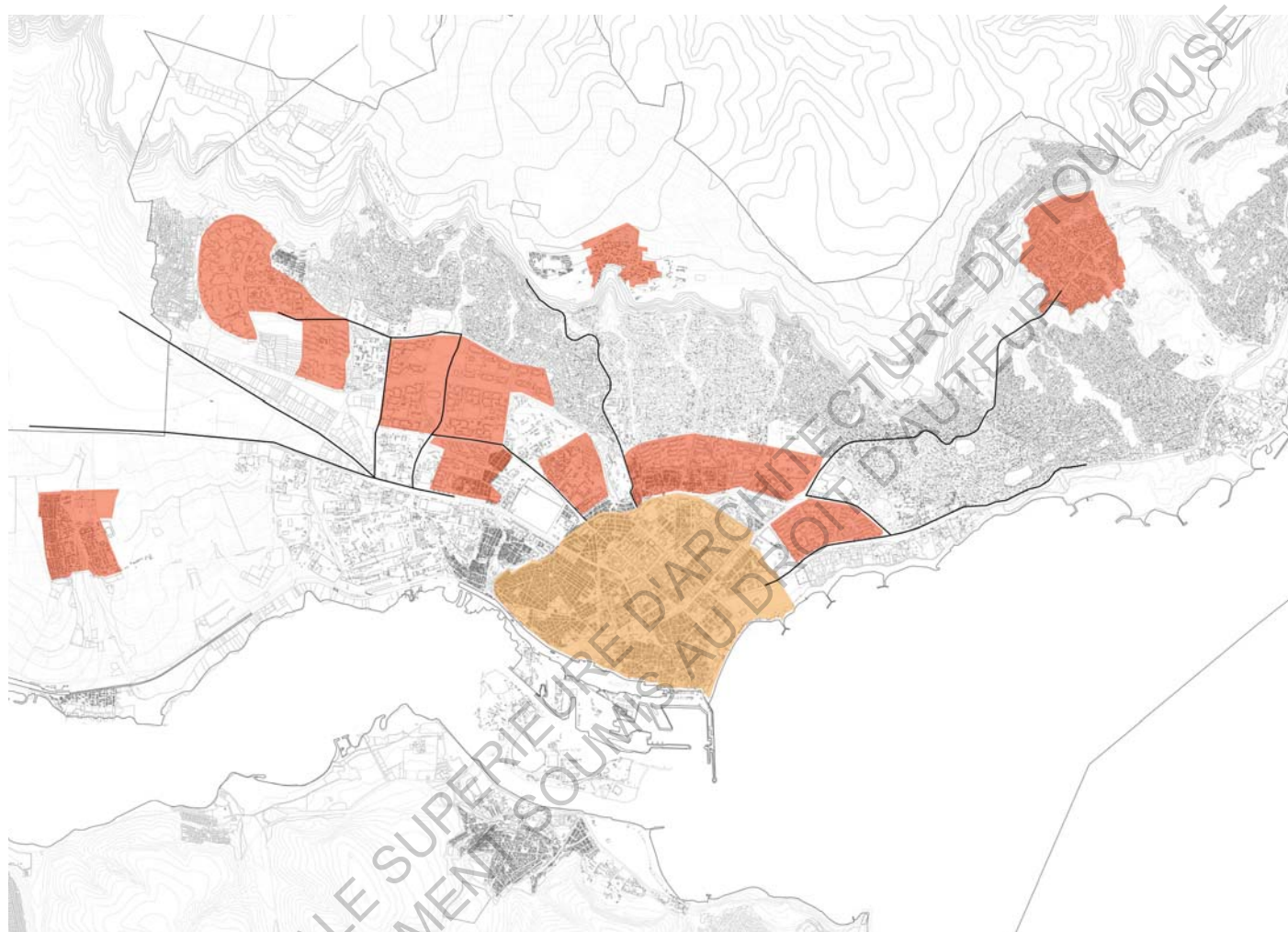
Figure 124 : Carte des équipements, Corpus collectif CRAB 2014-2015

Concernant les équipements culturels et commerciaux on peut observer deux types.

Premièrement ceux dédiés au tourisme (musées, sites archéologiques, résidence royale, Mall), se trouvent principalement sur la façade maritime et en centre ville.

Deuxièmement, ceux à destination des habitants sont des équipements de proximité comme les Chitaliste, les bazars, et équipements sportifs, et se développent dans différents quartiers.

ECOLE NATIONALE SUPERIEURE D'ARCHITECTURE DE TOULOUSE
DOCUMENT SOUMIS AU DROIT D'AUTEUR



Echelle 1/100 000

Figure 14 : Carte des microrayons-Corpus collectif CRAB 2014-2015

Les Micro rayons sont des centralités constituées de groupe de logements autour d'équipements tels que crèches, écoles, commerces etc. Ces micro rayons se développent autour du « centre ville » à proximité des axes majeurs. ¹

D'après la carte des équipements, on peut observer que dans ces lieux, se développent des équipements de proximité qui s'adaptent aux besoins des habitants, et fonctionnent de façon autonome par rapport au reste de la ville.

ECOLE NATIONALE SUPERIEURE D'ARCHITECTURE DE TOULOUSE
DOCUMENT SOUMIS AU DROIT D'AUTEUR

¹ VALIULYTE J., Urban transformation of Riga's microrayons, Institute for sustainable urbanism, Braunschweig Germany, 2013

ECOLE NATIONALE SUPÉRIEURE D'ARCHITECTURE DE TOULOUSE





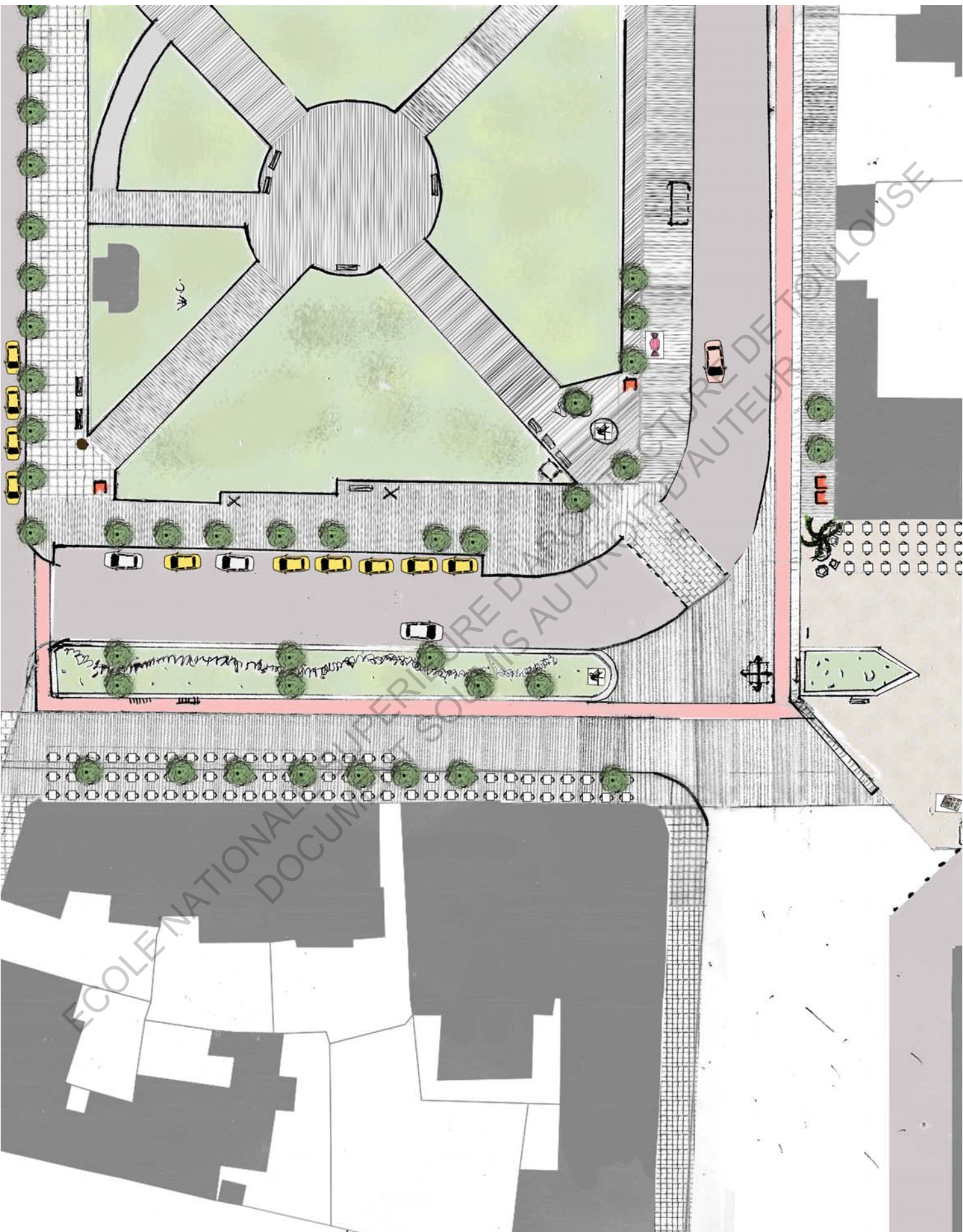


Figure 124 : Relevé 1/500 - Cécile Delmas





Figure 125 : Relevé 1/500 - Cécile Delmas



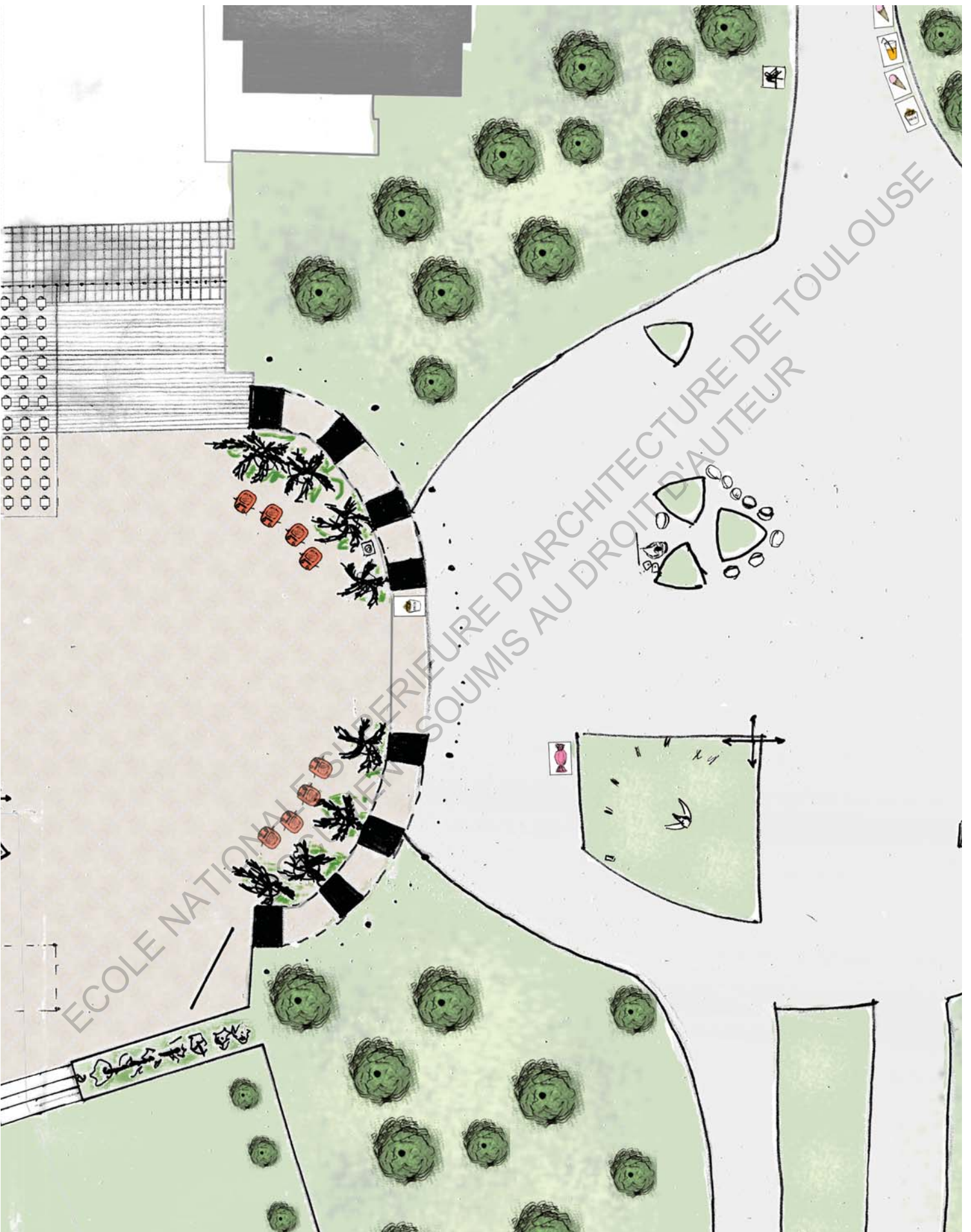


Figure 126 : Relevé 1/500 - Cécile Delmas

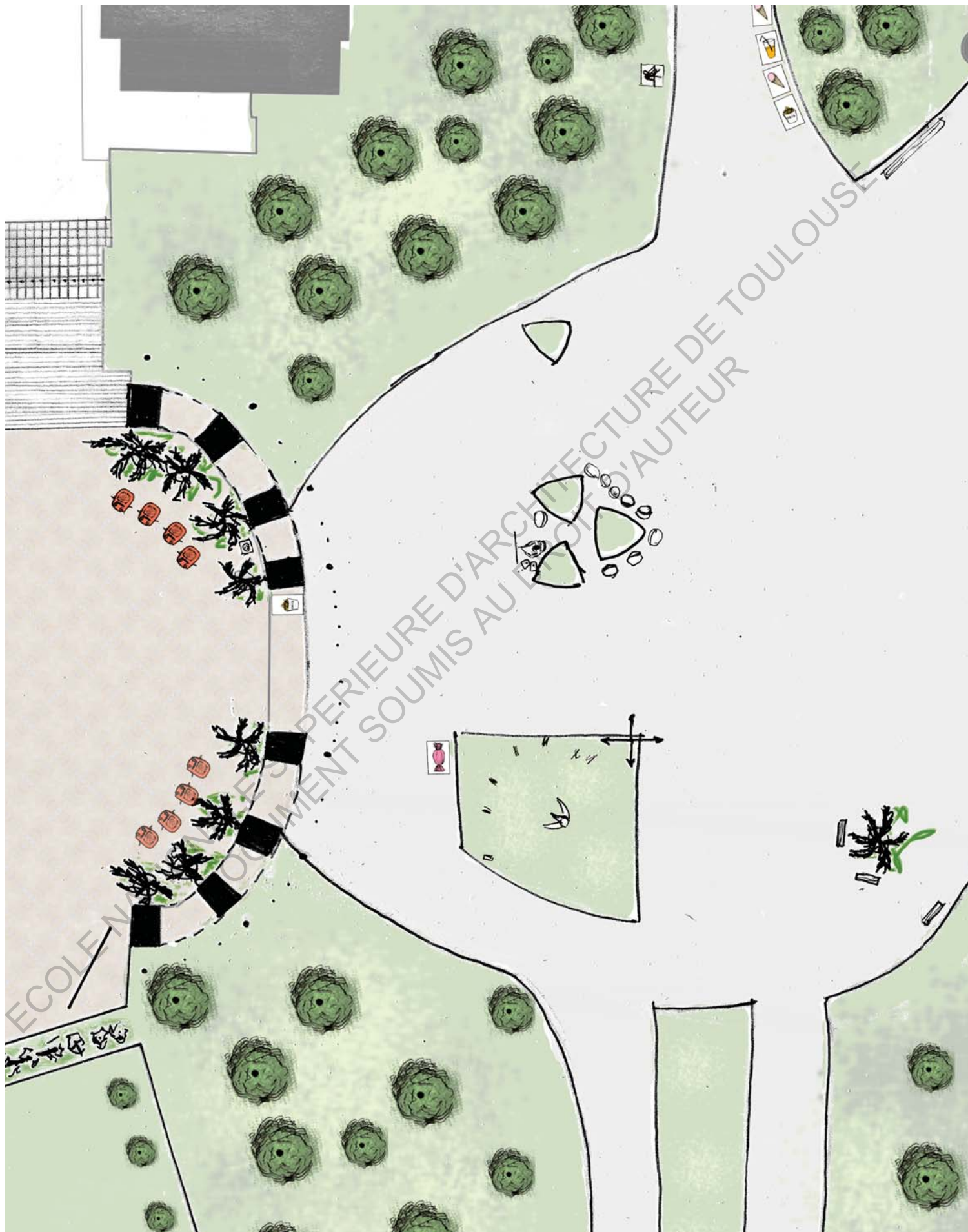




Figure 127 : Relevé 1/500 - Cécile Delmas

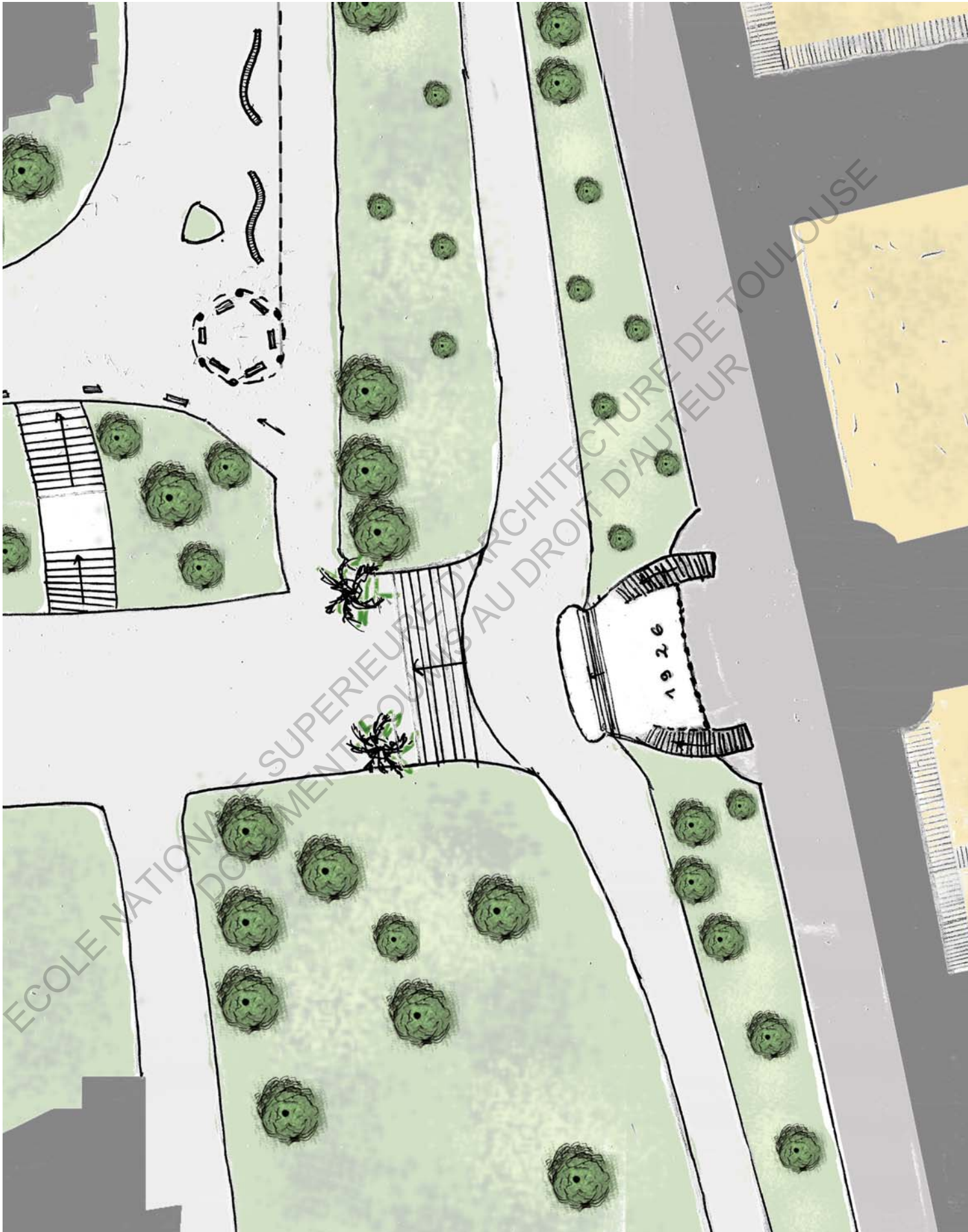




Figure 128 : Relevé 1/500 - Cécile Delmas

ANNEXES

Au début de chaque entretien ou conversation, Beata a annoncé en Bulgare l'objet de la recherche, dans quel cadre étions nous là, et s'il était possible de poser quelques questions. Cette introduction était faite en Bulgare, c'est pourquoi elle n'est pas retranscrite. Les aurevoirs ne sont pas retranscrits non plus, seuls le contenu est présent. Beata a traduit les entretiens qui étaient réalisés en Bulgare en anglais et je les ai ensuite traduit en français. Ces divers problèmes de langue ont pu donner quelques approximations ou m'ont empêché de retranscrire parfaitement certaines parties d'entretien, voir certaines parties d'entretien n'étaient pas compréhensibles

Us : Are there any touristic tours in Varna?

Nous : Y a-t-il des tours touristiques à Varna ?

Him : Yes, we are the ones that are in charge of the organization of those events. There is of course others who do that as well, but this year we are the leaders..[Bulgare]

Lui : Oui nous sommes ceux qui sont responsables de l'organisation de ces événements. Il y en a en effet d'autres qui font également ça, mais cette année nous sommes les leaders.

U : What kind of tour do you propose in Varna, is it only in the centre or is it a bigger area?

N : Quel genre de tour proposez-vous à Varna, est-ce seulement dans le centre ou est-ce dans une plus grande zone ?

H : This is our head office here, near the cathedral is the main office which during the winter, since the beginning of October till the end of may, work Monday to Friday from 8:30 am to 5:30 pm. In the high season, from June (the beginning of June) to end of September, we (here at the head office) work every day without week-ends, without day off. Every day here our head office is open.

L : C'est notre bureau central ici, près de la cathédrale, c'est le principal bureau qui pendant l'hiver, du début d'octobre jusqu'à fin mai est ouvert du lundi au vendredi de 8h30 à 17h30. Dans la haute saison, de juin (le début de juin) à septembre, nous (ici au bureau central) travaillons tous les jours sans weekend, sans jour de repos. Ici notre bureau central est ouvert tous les jours.

U : Is it the same working time or is it longer?

N : Est-ce les mêmes horaires d'ouverture ou est-ce plus long ?

H : Longer, from 9 am to 7 pm. Nine hours without break. I think this summer 2015, this will be the third summer we'll organise tourist information center in saint Constantin and Helena and airport.

L : Plus long de 9h à 19h. Neuf heures sans pause. Je pense que cet été 2015, ce sera le troisième été durant lequel nous organisons un centre d'information touristique à Saint Constantin et Helena ainsi qu'à l'aéroport.

(Saint constantin and Helena is resort in Bulgaria.)

(Saint Constantin et Helena est un resort en Bulgarie)

H : I will show you on the map where our information center will be, on the same place than the previous year, it is on the pedestrian street, which means when the tourist are coming from the beach or in the evening go on the pedestrian street, they visit our office there and they take tourist guide and they see what's happening in the city, culture events. Because anyway, in the resorts nearby the city there are many tourists, but in the last ten years we and the directors of the museums saw that these tourists only stayed in the resorts, they don't visite the city. There are not many people who come to the city and we try to make them to come in the city.

L : Je vais vous montrer sur la carte où notre centre sera, au même endroit que l'année dernière, c'est dans la rue piétonne, ainsi les touristes, lorsqu'ils viennent de la plage ou le soir lorsqu'ils vont dans la rue piétonne, ils visitent notre bureau et ils prennent des guides touristiques et voient ce qui se passe dans la ville, les évènements culturels. Parce que de toute façon, dans les resorts près de la ville, il y a beaucoup de touristes, mais dans les dix dernières années nous et les directeurs de musées, avons vu que ces touristes restaient seulement dans les resorts, ils ne visitaient pas la ville. Il n'y a pas beaucoup de gens qui viennent en ville et nous essayons de les faire

DIRECTEUR OFFICE DU TOURISME

- U : And is this why there are the pedestrian streets?
- H : Now is the reconstruction of the pedestrian street. And this is the only tourist information center in the city.
- U : Yes but when they did the pedestrian street, was it to invite the tourist to come inside the city?
- H : Yes yes yes yes, from the beach to the city, for cultural exchange.
- U : Have you seen a change since you try to make them come?
- H : Yes, because... No. Anyway, from last year, because we also have survey. The tourist in the information center they fill surveys. This is anonymous and they fill, if they visit the city, what they saw there, if they are satisfied or not satisfied, then, the best question for us is if they have suggestions, in the end. And we collect this suggestions and in the end of the season, we make a report to our mayor of what the tourist suggest, to improve the city. One result of this report are the brown tourist signs, and you saw many maps on the bus stops, etc etc It is like everything is made
Yes the tourist make these suggestions for us.
- U : And is it possible to be given the results of the survey?
- H : In the end of the season, we send the results to the university of Economics in Varna. They collect the results and they make statistics and analysis. Because there is the person Stoyan Marinov.. [bulgare]
- U : So we have to ask them to have the statistics?
- H : Better, yes, because he analyses the results and make analytics of the results.
- U : And have you ever asked the inhabitants what do they think about tourists?
- H : Varna is ?? destination, the local citizens they prefer to welcome tourists not to.. yes they have
- venir dans la ville.
- N : Et c'est pour cela qu'il y a les rues piétonnes ?
- L : Maintenant, c'est la reconstruction de la rue piétonne. Et c'est le seul centre d'information dans la ville.
- N : Oui mais quand ils ont fait la rue piétonne, était-ce pour inviter les touristes à venir dans la ville ?
- L : Oui oui oui oui, de la plage à la ville, pour l'échange culturel.
- N : Avez-vous vu un changement depuis que vous essayez de les faire venir ?
- L : Oui, parce que... Non. Peu importe, de l'année dernière, nous avons une étude. Les touristes dans le centre d'information remplissent un questionnaire. C'est anonyme et ils écrivent, s'ils ont visité la ville, ce qu'ils y ont vu, s'ils sont satisfaits ou non. Et à la fin du questionnaire, il y a la meilleure question pour nous qui est s'ils ont des suggestions,. Et nous collectons ces suggestions et à la fin de la saison, nous faisons un rapport pour le maire de ce que les touristes suggèrent, pour améliorer la ville. Un résultat de ce rapport sont les panneaux touristiques marrons, et vous avez vu les nombreux plans sur les arrêts de bus, etc etc ... C'est tout ce qui est fait.
Oui les touristes font ces suggestions pour nous.
- N : Est-il possible d'avoir les résultats de l'étude ?
- L : A la fin de la saison, nous envoyons les résultats à l'université d'économie de Varna. Ils récoltent les résultats et ils font des statistiques et des analyses. Parcequ'il y a une personne, Stoyan Marinov
- N : Donc nous devons leur demander pour avoir les statistiques ?
- L : Oui, c'est mieux, parce qu'ils analysent les résultats et font des analyses des résultats.
- N : Avez-vous déjà demandé aux habitants ce qu'ils pensent des touristes ?
- L : Varna est une destination ??, les citoyens locaux, ils préfèrent accueillir les touristes pas pour... oui ils

ANNEXES

tourists also but outside of the city, big distance. Here in the area, only for week-ends. Saturday, Sunday with the family in the parks but they don't visit our center. Our center is more visited by the foreigners, by tourists that visit Varna for the first time or second time and who need suggestions of what to do for leisure time.

U : The question is. Actually we ask ourselves if there is this kind of connection between the Citizens of Varna and the information center. Is there volunteers from Varna that offer to you, or you offer to them, to walk around the people that come here? And this way to stimulate the citizens and the tourists to meet each other? [Bulgare]

H : It was, I think two or three years ago you know this brand Varna, Free Varna tour, Free Sofia tour... In Varna, it was also free Varna tour which they collect group of tourists in front of the cathedral in two hours and local guide. He or she was a volunteer, they are students or locals here. They explain about Varna to the tourists.

U : And they always stayed in the center of the city?

H : Yes.

U : You have never tried to bring tourists in the microrayons?

H : No, we don't try it, at the time we don't do this

U : Not yet

H : Not yet, maybe. But our colleague in France they make something like this or..?

U : Sometimes they try, but I'm asking because I'm working on the meeting between inhabitants and tourists, and I was wondering if it would be interesting for the tourists to go there, if the inhabitants would like it or ...

H : The tourists, when they visit the center, because I'm also a guide with the tourists, they ask what is interesting to see in the city, they have short time, two, three, four hours. So maybe yes, if they have time, many many free time, they can see how the

ont des touristes aussi mais en dehors de la ville, à grande distance. Ici, dans la zone, juste pour les week-ends. Samedi, Dimanche avec la famille, dans les parcs mais ils ne visitent pas notre centre. Notre centre est plus visité par les étrangers, par des touristes qui visitent Varna pour la première fois ou deuxième fois et qui ont besoin de suggestions sur quoi faire pendant le temps du loisir.

N : La question est. En fait, nous nous demandons s'il y a un lien entre les citoyens de Varna et le centre d'information. Est-ce qu'il y a des volontaires de Varna qui vous proposent ou à qui vous proposez, de se promener avec des touristes qui viennent ici ? De façon à stimuler les citoyens et les touristes à se rencontrer ?

L : C'était, je crois, il y a deux ou trois ans, vous savez cette marque Varna, Free Varna tour, Free Sofia tour... A Varna, c'était aussi free Varna tour qui prenait des groupes de touristes devant la cathédrale pour deux heures et un guide local. Il ou elle était un volontaire, c'était des étudiants ou des autochtones. Ils parlaient de Varna aux touristes.

N : Et ils restaient dans le centre de la ville ?

L : Oui

N : Vous n'avez jamais essayé d'amener des touristes dans les microrayons ?

L : Non, nous n'essayons pas, pour le moment nous ne faisons pas ça.

N : Pas encore

L : Pas encore, peut être. Mais nos collègues en France, ils font quelque chose comme ça ou .. ?

N : Parfois ils essaient, mais je demande parce que je travaille sur la rencontre entre habitants et touristes, et je me demandais si ce serait intéressant pour les touristes d'y aller, si les habitants aimeraient ou...

L : Les touristes, quand ils visitent le centre, parce que je suis aussi un guide touristique, ils demandent qu'est ce qui est intéressant à voir dans la ville, ils ont peu de temps, deux, trois, quatre heures. Donc peut-être s'ils avaient du temps, beaucoup beaucoup de

people live, where the people go, from the shops and everything, there local life. But for two, three hours, they just want to see shortly the city.

U : People don't stay long in Varna?

H : If they come from the resorts they are here just for a couple of hours, they want to buy souvenirs, they want to walk, want to go to the restaurant, then some museums maybe.

U : Yes, I always got the impression that Varna is a point where the tourist come because there's a lot of transport that comes to Varna and then they go in direction of the resorts because Varna is a big city and the tourists they come to have like ?? and ...

H : I understand your question because France and also in Bulgaria but inside the country, we have villages or small towns, where maybe this can be like this. Here it's not it, yes you understand what I mean.

U : Do you have statistics about who are the people who came in Varna?

H : I have here the statistics of who visited our office. Nationalities, days, ?? and total. These statistics I can give you. Statistics generally for the destination is a big problem for us because the owner of the tourist information center is the municipality. And we have many questions from different companies or destination management. 'How many tourists were in Varna the previous years?' This is the question generally but there's big problem, the tourist in Varna came by plane from airport, by cars, many romanians, many polands, many ukrainians. There are also many tourists who visit Varna, Bulgarians.

U : There is as well, last year I met a lot of people that travelled by bikes, and they just cross Varna.

H : Or by ship

U : Or by ship yes, and they just cross Varna

temps libre, ils pourraient aller voir comment les gens vivent, où ils vont, des magasins et tout, leur vie locale. Mais pour deux trois heures, ils veulent juste voir rapidement la ville.

N : Les gens ne restent pas longtemps à Varna ?

L : S'ils viennent des resorts, ils sont juste ici pour deux heures, ils veulent acheter des souvenirs, marcher, aller au restaurant, après peut-être quelques musées.

N : Oui j'ai toujours l'impression que Varna est un lieu où les touristes viennent parce qu'il y a beaucoup de transports qui viennent à Varna et ensuite ils vont en direction des resorts parce que Varna est une grande ville et les touristes, ils viennent pour avoir comme ?? et ...

L : Je comprends votre question parce que en France et aussi en Bulgarie mais à l'intérieur du pays, nous avons des villages et des petites villes, où peut-être cela peut être comme ça. Ici, ce n'est pas comme ça, oui vous comprenez ce que je veux dire.

N : Avez-vous des statistiques concernant qui sont les gens qui viennent à Varna ?

L : J'ai ici les statistiques sur les personnes qui ont visité notre bureau. Nationalités, jours, ?? et total. Ces statistiques je peux vous les donner. Les statistiques concernant la destination sont généralement un gros problème pour nous parce que le propriétaire de l'office du tourisme est la municipalité. Et nous avons beaucoup de questions de différentes compagnies ou la gestion de destination. 'Combien de touristes étaient à Varna l'année dernière ?' C'est la question généralement mais il y a un gros problème, les touristes à Varna viennent par avion, par l'aéroport, par voiture, beaucoup de Roumains, beaucoup de Polonais, beaucoup d'Ukrainiens. Il y a aussi beaucoup de touristes bulgares qui visitent Varna.

N : Il y a aussi, l'année dernière, j'ai rencontré beaucoup de gens qui voyagent en vélo, et ils traversent juste Varna.

L : Ou par bateau

N : Ou par bateau oui, et ils traversent juste Varna. Oui, mais il y a un problème pour la municipalité

ANNEXES

H : Yes, but this is a problem for the municipality to know the number of tourists, also that there are many many tourists who visit Varna just for a couple of hours from the sunny beach, from ???. I can give you a contact for the guy who operates with the statistics at the airport where there is the biggest quantity of tourist. Because tourism in Varna organized in well 65 or 70 % is organized by planes so maybe this for you will be the best.

U : Do you think we could also have the ones you did in this office ?

H : Yes, anyway I'll give it to you, if you have a memory stick or e-mail. Give me here an e-mail I'll send you my statistics, the airport. And there ways to know the tourists in the city is the acomodation from the national statistic institute. Yes you can go to the statistics office and see there. There is a section for Tourism, but it's by regions But they separate the information per regions. Region of Varna- number of nights, incomes. If you are asking me, because I do that from many years. I mean if you need that for some statistics, but the data is not real. Yeah, nevermind [bulgare].

U : And personally, if you had friends who live in an other part of the country or abroad, who came here, what would you show them? If you weren't a guide, if you didn't work here, if it was just someone visiting you what are your favourite places, what would you like to show them?

H : It's a difficult question because it's been many years since I work here and anyway I think from this point of view, but maybe we can walk in the sea garden, I think, not like a profesional but like a tourist, the archaeological museum is one of the best of the country, maybe the stone forest also.

U : Where is this?

H : Behind the airport, and anyway, I will show him or her the resorts where actually the tourist stay.

U : And where are the good beaches?

pour savoir le nombre de touristes, aussi car il y a beaucoup beaucoup de touristes qui visitent Varna pour deux heures depuis Sunny beach, de ???. Je peux vous donner un contact pour la personne qui s'occupe des statistiques à l'aéroport où il y a la plus grande quantité de touristes. Parce que le tourisme à Varna est organisé dans 65 ou 70 % des cas par avion donc peut-être ce sera mieux pour vous.

N : Pensez vous que nous pourrions aussi avoir celles de cet office ?

L : Oui, de toute façon je vais vous les donner, si vous avez une clé usb ou un e-mail. Donnez-moi maintenant un e-mail. Je vous enverrai mes statistiques, l'aéroport. Et leur façon de savoir qui sont les touristes dans la ville est l'acomodation de l'institut de statistique national. Oui vous pouvez aller au bureau des statistiques et voir là bas. Il y a une partie pour le tourisme, mais c'est par région. Mais ils séparent les informations par région. Région de Varna-nombre de nuits, revenus. Si vous me demandez, parce que je fais ça depuis de nombreuses années. Je veux dire si vous avez besoin de ça pour quelques statistiques, mais les données ne sont pas vraies. Oui, peu importe.

N : Et personnellement, si vous aviez des amis qui vivent dans une autre partie de la ville ou à l'étranger qui venaient ici, qu'est ce que vous leur montreriez ? Si vous n'étiez pas un guide, si vous ne travailliez pas ici, si c'était juste quelqu'un qui vous rendait visite, quelles sont vos endroits préférés, qu'aimeriez-vous leur montrer ?

L : C'est une question difficile car cela fait de nombreuses années que je travaille ici et de toute façon je pense de ce point de vue, mais peut être nous pouvons marcher dans le jardin maritime, je pense, pas en temps que professionnel mais en tant que touriste, le musée archéologique est un des meilleurs du pays, peut-être la forêt de pierres aussi.

N : Où est ce que c'est ?

L : Derrière l'aéroport, et de toute façon, je leur montrerai les resorts où les touristes séjournent.

N : Et où sont les bonnes plages ?

H : In Golden sands, it's clean, the water is clean, the beach is good. There is a big difference between golden sand and any beach actually, when we talk about the resorts.

U : You're trying to bring the tourists in the city from the beach, and what do you think about the buildings that go all along the beach?

H : It's bad. Also for the tourists because the tourists staying in the resorts is like a result of these many buildings in the resort because these hotels to fill many many tourists in the resorts, they sell these all inclusive packages and the tourist are not motivated to go outside the hotel, outside the complex because they pay to stay in the hotel and everthing is included in the price.

U : And they feel like « I paid for that so I should stay in the hotel »

H : Yes and « when I take the public bus or taxi, and go in the city to see how the people live, and I'm not interested in this, I've paid for the complex and the beach » this is like a problem. And there are also many many ?? because the season is shorter and shorter. And the prices are lower to fill these buildings with tourists. I think it's bad anyway. Better is not so many hotels, this all inclusive offer out, and better quality, this would improve anyway the quality of tourism. But this is my opinion, I am not ... I work here and ...

U : Yes but you see more tourists than other people so maybe you have a better idea of tourism in Bulgaria.

H : Because I'm since ten years in tourism industry. And there's been many difference since ten years till now. Yes for ten years it was a boom, 2004, 2005, the biggest hotels were constructed at that time. But two three years after that, it was not so modern to sell the hotel like all inclusive hotels. Maybe five years ago it was total, total, every hotel offers all inclusive, since five years. The previous years ...

U : But now do they still do that, do they still offer the same?

H : Yes because they have to sell the rooms.

L : Aux sables d'or, c'est propre, l'eau est propre, la plage est bien. Il y a une grosse différence entre les sables d'or et les autres plages en réalité, quand on parle de resorts.

N : Vous essayez de ramener les touristes en ville depuis la plage, et que pensez-vous des bâtiments le long de la plage ?

L : C'est mauvais. Aussi pour les touristes parce que le phénomène des touristes qui restent dans les resorts est le résultat de tous ces bâtiments dans les resorts, ils vendent ces packs all inclusive et les touristes ne sont pas motivés à sortir de l'hôtel, du complexe parce qu'ils ont payé pour rester dans l'hôtel et tout est inclus dans le prix.

N : Et ils se disent « j'ai payé pour ça donc je devrais rester à l'hôtel »

N : Oui et quand je prends le bus publique ou le taxi, et vais en ville pour voir comment les gens vivent et je ne suis pas intéressé par ça, j'ai payé pour le complexe et la plage » c'est un problème. Et il y a aussi beaucoup beaucoup ?? parce que la saison est de plus en plus courte. Et les prix sont de plus en plus bas pour remplir ces bâtiments de touristes. Je pense que c'est mal. Ce serait mieux moins d'hôtels, plus d'offre all inclusive, et une meilleure qualité, cela améliorerait la qualité du tourisme. Mais c'est mon opinion, je ne suis pas... Je travaille ici et...

N : Oui mais vous voyez plus de touristes que les autres gens donc peut être que vous avez une meilleure idée de ce qu'est le tourisme en Bulgarie.

L : Parce que je suis depuis dix ans dans l'industrie du tourisme. Et il y a eu beaucoup de changements en dix ans. Oui en dix ans il y a eu un boom, 2004, 2005, les plus grands hotels étaient construits à ce moment. Mais deux ou trois ans après ça, ce n'était plus si moderne que ça pour être vendu « hôtels all inclusive ». Peut être il y a cinq ans, c'était général, tous les hotels proposent une formule « all inclusive » depuis cinq ans. Les années précédentes.

U : Mais maintenant, font ils toujours ça, proposent-ils toujours la même offre ?

L : Oui parce qu'ils doivent louer les chambres.

ANNEXES

U : So they are making packages so it's more tempting. What kind of sight seeing tour is there?

H : It was two hours sightseeing bus tour from Golden sand through Saint Constantin, Varna and again Golden sand. But this will be the third summer which we don't have this sightseeing tour, because our shopping centers here in the city, they offer a free shuttle bus from the resorts to the shopping center, it is free for the tourist and they don't use these bus. These bus, the sightseeing tour bus combine cultural sight seeing and shopping, it was combined. Now the shopping segment is free because they have free shuttle buses the center and the other one failed, the sightseeing tour which combined with cultural. But there's positive spark because yesterday I had a meeting with the owner of this sightseeing tour, he wants to restart this project and now it won't be sightseeing tour bus but it will be party bus, party for young people, but the road will be the same, city center and complexes. There you can drink no hard drinks, no vodka, only beer and soft drinks.

U : That will be provided in the bus, the drinks?

H : Yes, in the bus. Party bus and also night tours. It's a good project, because anyway in the summer in the high season, there are many young people who come.

U : yes it's like going to a bar but this bar is walking around, it's interesting yeah. So you provide a tour?

H : We advertise. The city center don't sell anything, everything is free.

U : And all the tours are organised by other companies?

H : Yes, yes and anyway, we can book here people in the system, pick up station and the tourist pay the cashier in the bus. We offer this. We will offer this, now it doesn't exist, in maybe one month.

U : And the company do they always do tours in bus or is there other kind of tours?

U : Donc ils font des packs pour que cela soit plus tentant.

L : Quelle sorte de visite touristique y a-t-il ? C'était un tour touristique en bus des sables d'or en passant par Saint Constantin, Varna et de nouveau les sables d'or. Mais cela sera le troisième été où nous n'avons pas ce tour, parce que nos centres commerciaux ici dans la ville proposent une navette de bus gratuite qui va des resorts aux centres commerciaux, c'est gratuit pour les touristes donc ils n'utilisent pas ces bus. Ces bus, les bus touristiques combinaient visites culturelles et shopping, c'était combiné. Maintenant la partie du shopping est gratuite du fait des navettes gratuites des centres et l'autre partie a échoué, le tour touristique qui était combiné avec le culturel. Mais il y a de l'espoir parce qu'hier, j'ai eu une réunion avec le propriétaire du tour touristique, il veut recommencer ce projet, mais cette fois, ce ne sera pas un tour touristique en bus mais ce sera un bus de fête, fête pour jeunes, mais la route sera la même, centre ville et complexes. Là vous pourrez boire pas d'alcool fort, pas de vodka, seulement de la bière et des softs.

N : Cela sera proposé dans le bus, les boissons ?

L : Oui dans le bus, Bus festif et aussi tour de nuit. C'est un bon projet, parce que de toute façon, pendant l'été, en haute saison, il y a beaucoup de jeunes qui viennent.

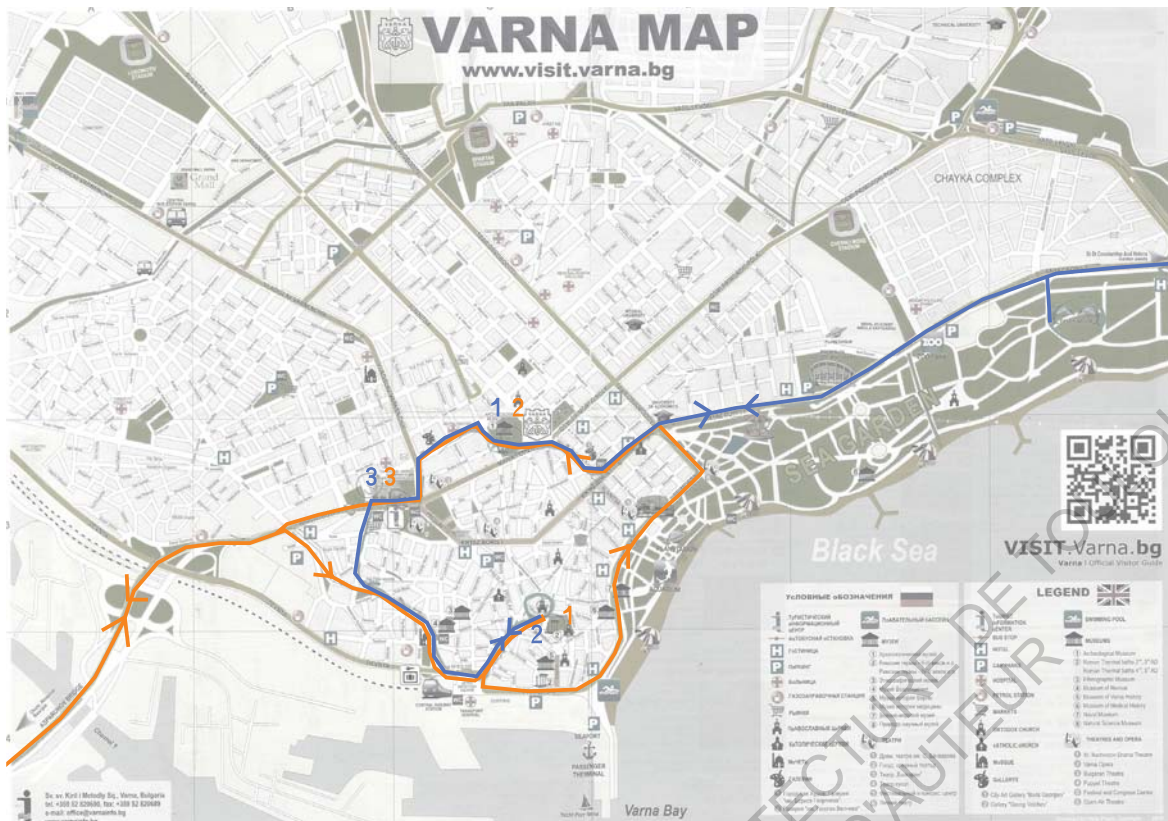
N : Oui c'est comme aller au bar et le bar se promène, c'est intéressant oui. Donc vous proposez un tour ?

L : Nous faisons la promotion. Le centre ne vend rien, tout est gratuit

N : Et tous les tours sont organisés par d'autres compagnies ?

L : Oui, oui et de toute façon, nous pouvons réserver ici pour les gens dans le système, choisir une station et le touriste paye le caissier dans le bus. Nous proposons cela. Nous allons offrir ça, pour l'instant cela n'existe pas, dans peut être dans un mois.

N : Et la compagnie, est ce qu'ils font toujours des tours en bus ou y a-t-il d'autres sortes de tour ?



H : There are also many tour agencies that have sightseeing tour of Varna but there you have to pay.

L : Il y a plein d'agences de tours qui ont des circuits touristiques de Varna mais là vous devez payer.

U : But always in bus?

N : Mais toujours en bus ?

H : In bus yes.

L : En bus oui

U : Do you have any information what is the itinerary?[Bulgare]

N : Avez-vous des informations sur l'itinéraire ?

H : It's not only one route

L : Ce n'est pas qu'une route.

U : Yes, but two or three examples.

N : Oui, mais deux ou trois exemples.

H : On a map I will mark some routes yes

L : Sur un plan, je vais vous dessiner quelques chemins oui.

[...] dessine les routes

H : It depends, when the tourists, the bus come from ??, from sunny beach, usually, they go first to the roman baths, after that go to the archaeological museum, after that the bus go there to the cathedral and here they have two or three hours free time. Because this is the shopping center, and in three hours go here, pick up time.

L : Cela dépend, quand les touristes, le bus vient de ??, de Sunny beach, en général, ils vont d'abord aux bains romains, après cela vont au musée archéologique, après ça le bus va là, à la cathédrale et ici ils ont deux ou trois heures de libre. Parce que c'est le centre commercial et en trois heures, ils vont là, puis heure de ramassage.

The same is from here, from golden sands. Anyway these are the three point of any excursions, roman baths, archaeological museums and cathedral. The same is from here, sometimes they visit the delfinarium, sometimes, it depends from the public, if it's families, because for them it will be interesting.

La même chose depuis ici depuis les sables d'or. De toute façon ce sont les trois points de toute excursion, bains romains, musée archéologique et cathédrale. La même chose depuis ici, parfois ils visitent le delfinarium, parfois, cela dépend du public, si ce sont des familles parce que pour eux cela

ANNEXES

This is the entrance from golden sands, first they stay here, after that they make a stop here, to this one, and after that go the same way to the cathedral, because here is the pedestrian street and here is a big parking and if you are in the summer here you see many many buses, this is the pick up place. And anyway, this for us is very important because when the tourist here have free time they visit the tourist information center, take maps and have free time. That's why I said they have short time. They want different suggestions for restaurant, for traditional bulgarian cuisines etc etc..

U : Can I have your adress so if I have another question later, I can ask you ?

H : I'll write it because I expect my new business card. [...]

Tourist information center, we also have an official internet site, it was our old site but now we have another one, this one visitvarna.bg and telephone.

U : Okay, thank you very much.

sera intéressant.

C'est l'entrée des sables d'or, d'abord ils restent ici, après ils font un arrêt là, à celui-ci, et après ils vont au même endroit à la cathédrale, parce qu'ici c'est la rue piétonne, et ici il y a un grand parking et si vous êtes en été ici, vous voyez beaucoup de bus, c'est le point de ramassage. Et de toute façon, cela pour nous est très important parce que quand les touristes ici ont du temps libre ils visitent le centre d'information touristique, prennent des cartes et ont le temps libre. Ils veulent différentes suggestions pour un restaurant pour la cuisine traditionnelle bulgare etc etc..

Puis-je avoir votre adresse comme ça si j'ai une question plus tard, je peux vous demander ?

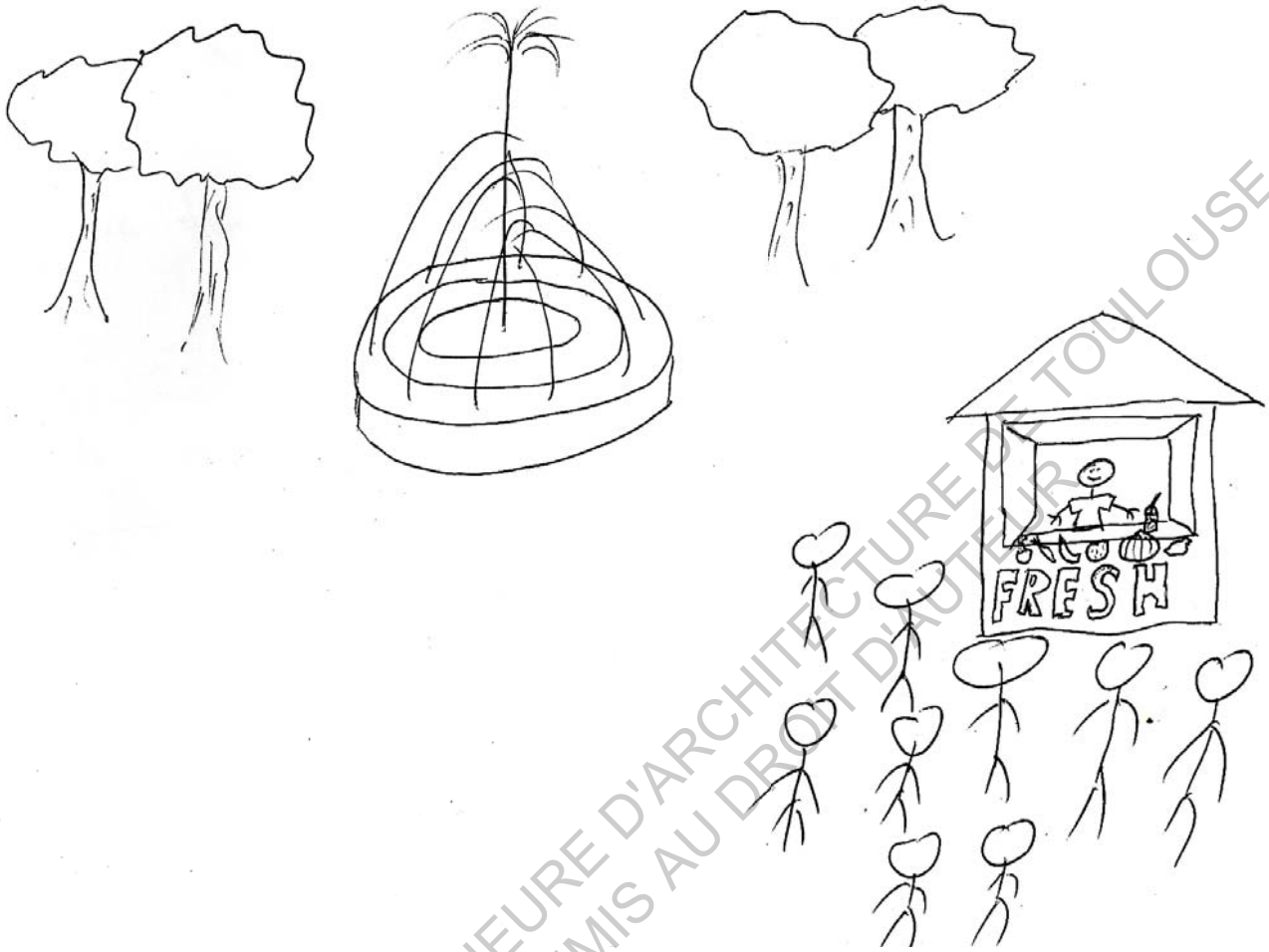
Je vais l'écrire parce que j'attends ma nouvelle carte de visite.

[...]

Centre d'information touristique, nous avons aussi un site internet officiel, c'était notre ancien site mais maintenant nous en avons un autre, celui là visitvarna.bg et téléphone

D'accord merci beaucoup

HABITANT DE VARNA, VENDEUR DE «FRESH» - Réalisé en Bulgare par Beata Borisova



Traduction du Bulgare par Beata Borisova :

B : When does your store work? You sell fruit juice, so I guess it is working mostly in the summertime?

H : Yeah, but this year we decided to make an experiment, and we were open all the year. I mean, we worked only in the warmer days in winter. But yet, there were definitely less people in winter.

B : In the summertime, what is the proportion between your client from abroad and those from Bulgaria, and Varna?

H : In the summertime definitely the majority of the clients are tourists.

B : You are here every day during the summer season. You observe the street every day. There is more tourists, or there is more people from Varna?

B : Quand votre magasin est il ouvert ? Vous vendez des jus de fruit, donc j'imagine qu'il est ouvert surtout en été?

L : Oui, mais cette année, nous avons fait une experience, et nous étions ouvert toute l'année. Je veux dire, nous ne travaillions que les jours les plus chauds en hiver. Mais déjà, il y avait assurément moins de monde en hiver.

B : En été, quelle est la proportion entre vos clients étrangers et ceux de Bulgarie, et de Varna ?

L : En été, pour sûr, la majorité des clients sont des touristes.

B : Vous êtes là tous les jours pendant la saison de l'été. Vous observez la rue tous les jours. Il y a plus de touristes ou plus de personnes de Varna ?

ANNEXES

H : Its difficult to say. There is a lot of Bulgarian tourists as well. Those that speak Bulgarian are hard to recognize if they are from Varna or not. And I'm not trying to.

B : Is it interesting, for you personally, to talk with the tourists?

H : Well, it depends on the work that I have. If it is not too tense, and I have spare time I enjoy having a chat.

B : Do they ask you about the city, about the sightseeing?

H : Yeah, quite often. When they come to Varna for the first time, and they don't know what to visit. For example, they have heard about something, and they ask me about this place. How can they go there and so on.

B : And have you ever pay attention if there is a contact between the locals and the tourist?

H : I would rather say there is no contact between the locals and the tourist. But today I say an example just like this. If you look at this old man who is singing right over there. There were two English people that were really impressed by him. Then a woman appeared, who is a singer as well and she started explaining to the English citizens that the old man is singing traditional Bulgarian folklore songs. So this was a good reason for starting conversation. But still, this doesn't happen very often Or at least I Don't often notice it.

B : Have you by chance; have any idea since when is this street a touristic walking lane?

H : Honestly I have no idea, but I would say at least 70 years.

B : What is the way you imagine the street will look like after the constructions and rehabilitations end? What do you think will change? Personally, are you positive about those changes?

H : Well, I already see the results of the work and to be honest I don't like it a lot.

B : Why is it more of esthetic reasons or pragmatic

L : C'est difficile à dire. Il y a aussi beaucoup de touristes bulgares. Il est difficile de reconnaître ceux qui viennent de Varna ou non parmi ceux qui parlent bulgare. Et je n'essaie pas.

B : Est-ce intéressant, pour vous personnellement, de parler avec les touristes?

L : Et bien, ça dépend du travail que j'ai. Si ce n'est pas trop tendu, et que j'ai du temps libre, j'aime discuter.

B : Est ce qu'il vous interroge que la ville, sur les visites ?

L : Oui, assez souvent. Quand ils viennent pour la première fois à Varna, et qu'ils ne savent pas quoi visiter. Par exemple, ils ont entendu parler de quelque chose, et ils m'interrogent sur ce lieu. Comment ils peuvent y aller, etc...

B : Avez-vous déjà fait attention s'il y a des contacts entre locaux et touristes?

L : Je dirais qu'il n'y a pas de contact entre touristes et habitants. Mais aujourd'hui, je dis un exemple juste comme ça. Si vous regardez ce vieil homme qui chante là bas. Il y avait deux anglais qui étaient très impressions par lui. Puis une femme est apparu, qui est chanteuse aussi et elle a commence à expliquer aux anglais que le vieil homme chante des chansons folkloriques traditionnelles bulgares. Donc c'était une bonne raison de démarrer la conversation. Mais quand meme, ça n'arrive pas souvent. Ou du moins, je ne le remarque pas souvent.

B : Avez vous par hasard, une idée de depuis quand la rue est un sentier touristique ?

L : Honnêtement, je n'en ai aucune idée, je dirais au moins 70 ans.

B : Comment imaginez-vous que la rue sera après que les constructions et les rehabilitations soient finies ? Qu'est ce qui va changer selon vous ? Personnellement, êtes vous heureux de ces changements ?

L : Et bien je vois déjà les résultats du travail et pour être honnête avec vous, je n'aime pas trop cela.

B : Pourquoi, est-ce pour des raisons pratiques ou

HABITANT DE VARNA, VENDEUR DE «FRESH» - Réalisé en Bulgare par Beata Borisova

reasons?

H : Well both. For example, if you go upwards, to the part that is now ready, you will see what I'm talking about. I don't like the way the benches on the main street are arranged. Now the municipality had painted them. They are corten benches with wooden seats. But the citizens didn't like that, for them that looked cheap and not esthetic, so they insisted for the benches to be painted. (Small talks about the corten material). Yeah, and in general I don't like it. I just like the idea about the reconstruction of the fountain. There is an image right next to the fountain with the new way it's going to look like. I even saw a short video what shows how the place will look like. I hope that it won't disappoint me. I heard there is a similar fountain in Barcelona, with a water-music-light show. I hope it will be similar.

B : Yeah, I have seen it. IT is really magnificent.

H : After all, as they say , Varna is the Bulgarian Barcelona (laughing) .

B : My last question is actually a demand, if you could draw on this sheet of paper the street the way you see it.

H : Yeah , of course. And I will put the fountain for sure!

esthétiques ?

L : Les deux. Par exemple, si vous allez plus haut, dans la partie qui est maintenant prête, vous verrez de quoi je parle. Je n'aime pas la façon dont les bancs de la rue principale sont arrangés. Maintenant, la municipalité les avait peints. Ils sont en corten avec des assises en bois. Mais les citoyens ne les aimaient pas, pour eux cela paraissait pauvre et peu esthétique, alors ils ont insisté pour que les bancs soient peints. (Discussion sur le corten). Oui, et en général, je n'aime pas ça. J'aime juste l'idée de la reconstruction de la fontaine. Il y a une image juste à côté de la fontaine avec ce à quoi cela va ressembler. J'ai même vu une petite vidéo qui montre comment le lieu va être. J'espère que cela ne me décevra pas. J'ai entendu qu'il y avait une fontaine similaire à Barcelone, avec un show son et lumière. J'espère que cela sera pareil.

B : Oui je l'ai vu, c'est vraiment magnifique.

L : Après tout, comme ils disent, Varna est le Barcelone bulgare. (rires)

B : Ma dernière question est en fait une requête, si vous pouviez dessiner sur ce papier la rue comme vous la voyez.

H : Oui, bien sûr. Et je vais mettre la fontaine pour sûr.

ECOLE NATIONALE SUPERIEURE D'ARCHITECTURE
DOCUMENT SOUMIS AU DROIT D'AUTRESERVICES

ANNEXES



Me : Where do you live in the city ?

Her : In the center

M : Do you often come to this street ?

H : Yeah, especially the summer, it's like the best place to go.

M : Why is it ?

H : Because it's like the sea, it is the nicest place.

M : And how often do you come ?

H : Almost every day

M : And when you come to the street, is it just for walking or do you do special things ?

H : No, just walking.

Moi : Où vivez-vous dans la ville ?

Elle : Dans le centre.

M : Venez-vous souvent dans cette rue ?

E : Oui surtout l'été, c'est comme le meilleur endroit où aller.

M : Pourquoi ?

E : Parce que c'est comme la mer, c'est le plus bel endroit.

M : Et avec quelle fréquence venez-vous ?

E : Presque tous les jours.

M : Et quand vous venez dans cette rue, est-ce juste pour marcher ou faites-vous quelque chose en particulier ?

E : Non juste marcher.

HABITANTE DE VARNA - Réalisé en Anglais

M : Do the tourist bother you when they are here during summer ?

H : No it's better because they see my city, they see you know, everything. I don't know it's just cool to see other people.

M : And do you try to speak to them sometimes ?

H : We try to help them if they search for direction or need something. I've been around, all around the world almost and I know what is it to be, you know ..

M : Have you ever been to France ?

H : Yeah

M : Really, in which city ?

H : Paris, around Champagne and I guess that's it

M : Nice. And when you come to the beach do you come to this one, you know like for swimming ?

H : No I prefer more like not in the city, maybe because there's so lot of people here, and I prefer more comfy.

M : And on this beach, are there inhabitants or are there only tourists in the summer ?

H : Both of it, I guess

M : Do you think you could draw me the street, as you think it is, according to what you like, what you dislike, the things you think are important ? [...]

She preferred to take a photo of the street

M : Les touristes vous dérangent-ils quand ils sont là l'été ?

E : Non, c'est mieux parce qu'ils voient ma ville, ils voient, vous savez, tout. Je ne sais pas c'est juste cool de voir d'autres gens.

M : Et essayez-vous de leur parler parfois ?

E : On essaie de les aider s'ils cherchent une direction ou ont besoin d'aide. J'ai été à plein d'endroits sur terre et je sais ce que c'est d'être, vous savez...

M : Vous avez déjà été en France ?

E : Oui.

M : Vraiment, dans quelle ville ?

E : Paris et autour de la Champagne. Je crois que c'est tout.

M : Bien. Et quand vous venez à la plage, venez-vous à celle-ci, je veux dire pour vous baigner ?

E : Non je préfère en dehors de la ville, peut-être parce qu'il y a trop de gens, et je préfère une atmosphère plus confortable.

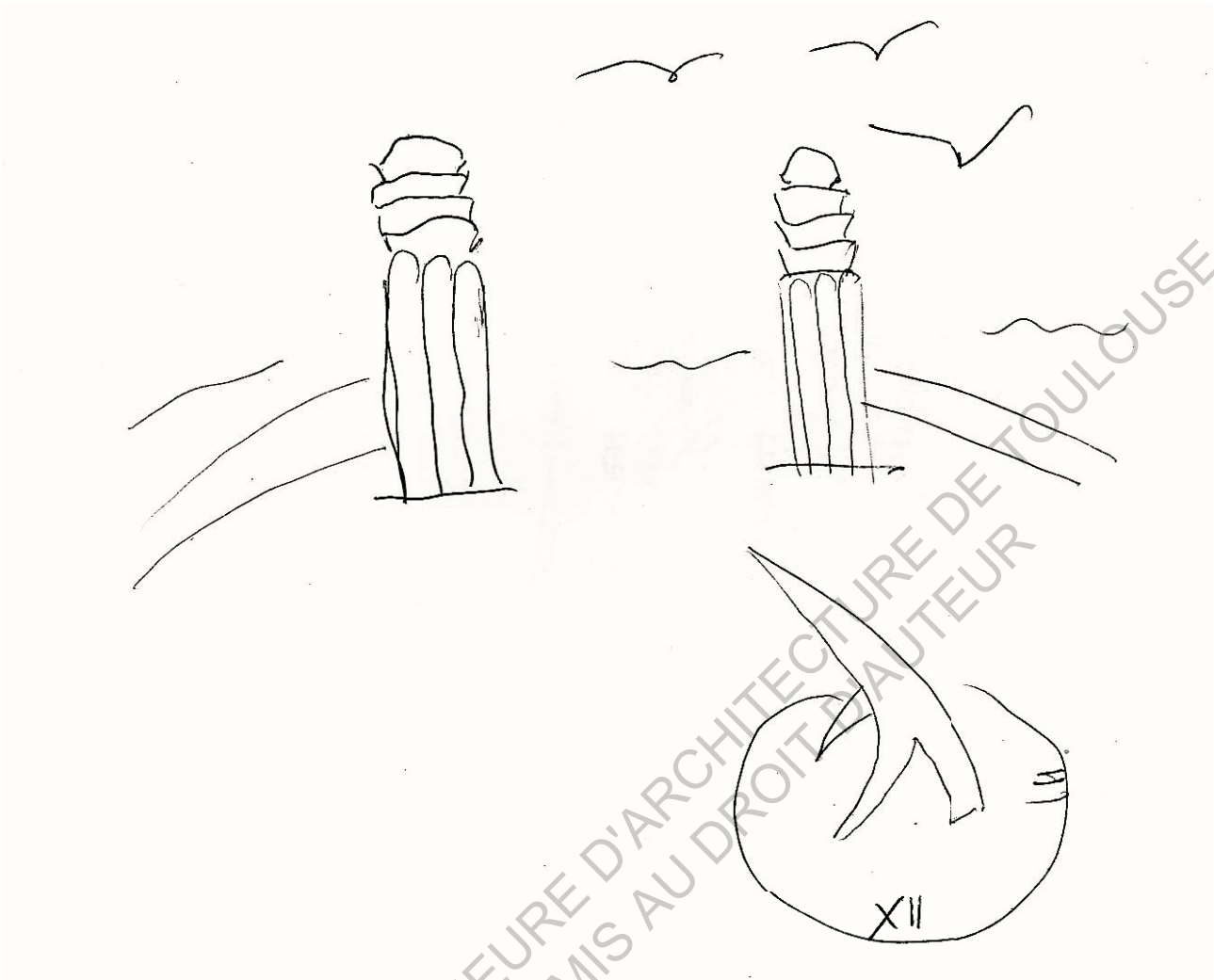
M : Et sur cette plage, y a-t-il des habitants ou seulement des touristes l'été ?

E : Les deux, je suppose.

M : Pensez-vous que vous puissiez me dessiner la rue comme vous pensez qu'elle est, selon ce que vous aimez ou n'aimez pas, les choses que vous pensez importantes.

Elle a préféré prendre une photo de la rue.

ANNEXES



Me : In which part of the city do you live ?

Him : Currently, I live in a district (compris this street) but then born near by centrum.

M : You live in Slivnitsa ?

H : Not on Slivnitsa street, the street where I was born is called [...] street. It's near by the train station.

M : But now ?

H : No now I live in a district that's 7 km away from the center.

M : Oh ok. And do you come often to this street ?

H : Hum every week.

M : And why do you come here ?

H : Well to walk around. This is the pedestrian area of the town. So most of the people here walk on this

Moi : Dans quelle partie de la ville vivez-vous ?

Lui : En ce moment je vis dans un quartier (compris cette rue) mais je suis né près du centre.

M : Vous vivez dans la rue Slivnitsa ?

L : Pas dans la rue Slivnitsa, la rue où je suis né s'appelle [...]. C'est près de la gare.

M : Mais maintenant ?

L : Non, maintenant je vis dans un quartier qui est à 7 km du centre.

M : Oh ok. Et vous venez souvent dans cette rue ?

L : Hmm, toutes les semaines.

M : Et pourquoi venez-vous ici ?

L : Bien pour me promener. C'est la zone piétonne de la ville, donc la plupart des gens marchent dans

HABITANT DE VARNA - Réalisé en Anglais

street.

M : I'm working on the relationship between tourists and inhabitants. Does that bother you when there are tourists in the summer here in the street ?

H : Hmm No. I'm kind of charmed of the town, that the tourist come to visit the town.

M : And do you talk to them sometimes ?

H : If somebody need assistance, but usually no.

M : And when you go to the beach, do you go to this one or do you go to another one ?

H : To be honest with you, I'm not going on the beach. As I know most of local people doesn't go to the beach. But the one who live in the town go to the town beach. Personally, I don't go to the beach because I don't like it.

M : So I have a last question but maybe you won't like it. I ask people to draw me the street as they see it. Do you think you can do it, like draw me the street with the things you like and the things you dislike , the important parts for you ?

H : I can draww you what I see but I don't know what I like or I don't like.

M : Yes, just draw what you see and this will tell it. [...]

cette rue.

M : Je travaille sur la relation entre touristes et habitants. Est-ce que cela vous dérange quand il y a des touristes l'été ici dans cette rue ?

L : Hmm. Non je suis charmé par la ville, ... que les touristes viennent visiter la ville.

M : Et leur parlez-vous parfois ?

L : Si quelqu'un a besoin d'aide, mais généralement non.

M : Et quand vous allez à la plage, allez-vous à celle-ci ou une autre ?

L : Pour être honnête avec vous, je ne vais pas à la plage. Comme je sais que la plupart des locaux n'y vont pas. Mais ceux qui vivent en ville vont à la plage de la ville. Personnellement, je n'y vais pas parce que je n'aime pas.

M : Donc j'ai une dernière question mais peut-être que vous n'allez pas l'aimer. Je demande aux gens de me dessiner la rue comme il la voit. Pensez-vous pouvoir le faire, me dessiner la rue avec les choses que vous aimez, que vous n'aimez pas, les parties importantes pour vous ?

L : Je peux vous dessiner ce que je vois mais je ne sais pas ce que j'aime ou non.

M : Oui, dessinez juste ce que vous voyez et cela nous le dira.[...]

ANNEXES

Traduction du Bulgare par Beata Borisova :

B : Where do you live?

H : I live here, on that street. A little bit upwards. What was the name again, Slivnitza?

B : Do you often come here? Have you ever noticed if there are a lot of tourists in the summer?

H : Well yes, there is a lot of tourists. But this year not that much. Last year in the summertime there were plenty of people. Maybe it is still too early to say for this year.

B : What impression do the tourists make on you?

H : I hadn't had any contact with them. I speak more to the old people.

B : Do you find them satisfied and pleased by the city?

H : All the people I have met and talked to seemed to be good people. We have never had arguments. They have never accused me, neither did I.

B : What is the thing you like the most about this street? Why do you choose to walk exactly on this street?

H : Because of the sea. The main part of the Sea Garden is really magnificent. There is lots of people coming in the summertime. You can see parents with their kids, couples, elderly people. So many people you can't walk on the street. I don't like going to parties. I like staying in nature, in the Sea garden. I walk until the end of the garden. It's because of the people's flow that the landscape is so alive and nice. Many people are attracted by the delfinarium and the park. Now they are reconstructions going all over the central part. It is so beautiful.

B : Are you from Varna?

H : No, I'm from another town. When I was seven I left my birth place. I have lived in Varna, Sofia, Saint-Petersburg. That's how my life passed. Now I'm so bored. I walk alone, as you can see. Nobody stops me

B : Où vivez-vous?

L : Je vis ici, dans cette rue. Un peu plus haut. Quel est le nom déjà, Slivnitsa?

B : Venez-vous souvent ici ? Avez-vous déjà remarqué s'il y avait beaucoup de touristes l'été ?

L : Et bien oui, il y a beaucoup de touristes. Mais cette année, pas tant que ça. L'année dernière, dans l'été, il y avait plein de gens. Peut-être qu'il est trop tôt pour savoir pour cette année.

B : Quelle impression les touristes vous font-ils?

L : Je n'ai pas de contact avec eux. Je parle plus avec les personnes âgées.

B : Est-ce que vous pensez qu'ils sont satisfaits et contents de cette ville?

L : Tous les gens que j'ai rencontrés et à qui j'ai parlé avaient l'air, comme de bonnes personnes. Nous n'avons jamais eu de différends. Ils ne m'ont jamais accusé, et moi non plus.

B : Quelle est la chose que vous aimez le plus dans cette rue? Pourquoi décidez-vous de marcher dans celle-ci?

L : A cause de la mer. La majeure partie dans le Parc maritime est vraiment magnifique. Il y a beaucoup de gens qui viennent en été. Vous pouvez voir des parents avec leurs enfants, des couples, des personnes plus âgées. Donc tellement de gens que vous ne pouvez plus marcher dans la rue. Je n'aime pas aller aux fêtes, j'aime rester dans la nature, dans le jardin maritime. Je marche jusqu'à la fin du jardin. C'est grâce au flux de personnes que le paysage est si vivant et joli. Beaucoup de gens sont attirés par le delfinarium et le parc. Maintenant, il y a des rénovations dans tout le centre. C'est très beau.

B : Êtes-vous de Varna?

L : Non, je suis d'une autre ville. Quand j'avais sept ans, j'ai quitté ma ville natale. J'ai vécu à Varna, Sofia, Saint-Petersbourg. C'est comme ça que ma vie est passée. Maintenant, je m'ennuie tellement

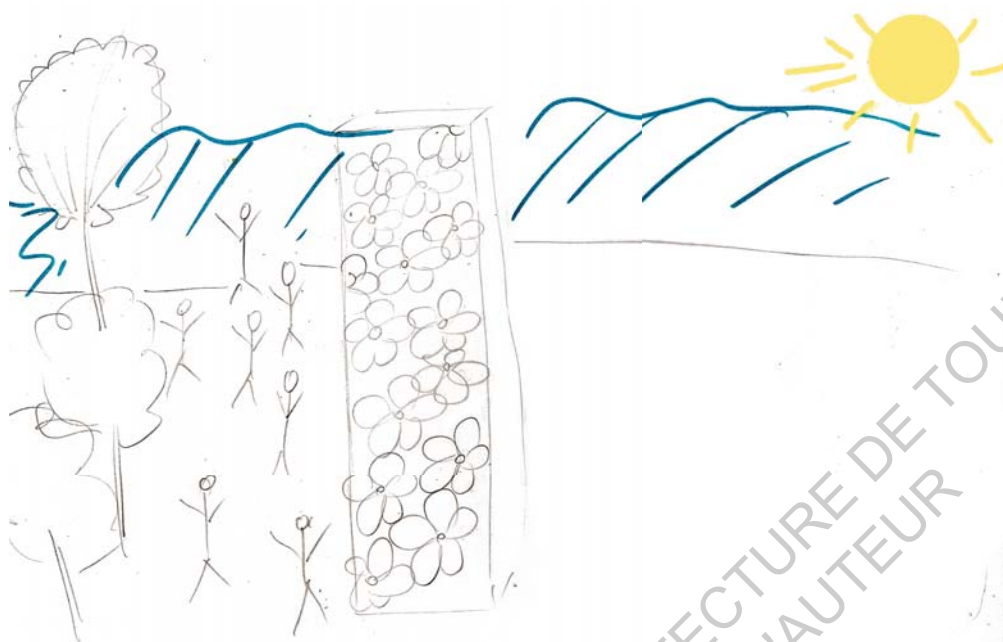
HABITANT DE VARNA - Réalisé en Bulgarie par Beata Borisova

to talk to me, neither do I. I don't know. What should I tell them?. The sea Garden is such a beautiful for a walk. There is so many people coming here in the summertime. They come here as well. It is so full, you cant walk.

que je marche seul comme vous voyez. Personne ne s'arrête pour me parler, et moi non plus. Je ne sais pas. Que devrais-je leur dire? Le jardin maritime est tellement beau pour une promenade. Il y a tellement de gens qui viennent en été. Ils viennent ici aussi. C'est tellement bondé, vous ne pouvez pas marcher.

ECOLE NATIONALE SUPERIEURE D'ARCHITECTURE DE TOULOUSE
DOCUMENT SOUMIS AU DROIT D'AUTEUR

ANNEXES



Traduction du Bulgare par Beata Borisova :

B : My first question is how often you come to this street?

B : Ma première question est avec quelle fréquence venez-vous dans cette rue?

T : Almost every day

E : Presque tous les jours

COUPLE HABITANT À VARNA - Réalisé en Bulgarie par Beata Borisova

B : What is the thing that you like here? What makes you come to this street?

T : The walk. I like the ambiance.

B : Do you come all the year, summer winter? Do you avoid it in summer when there is a lot of tourists?

T : We are here in the summertime.

B : Where do you live? Is it somewhere around?

T : We don't live very close. It's the place itself that makes us want to come here.

B : Do you have any observations on the tourists that come here? Have you ever talked to them? What are the impressions that the tourist are giving to you?

T : - I don't have
- I have some more. I work in Happy as a waitress. I don't know exactly how to describe them. In my opinion they are nice and friendly. They are warmhearted.

B : And most of them are Europeans, or all over the world?

T : From all over the world.

B : Do you like talking to them or is it more because of your job that you have to speak to the tourists?

T : Yeah, I do like it. But when they speak so fast, sometimes I don't understand what they are saying. Then I just tell them "Can You repeat, please?"

B : In fact does it bother you if there are a lot of tourists? Would you prefer if they stayed only in the beach resorts?

T : - I have nothing against them
- Yeah, me neither. If they like this place, they should visit it!

B : Last but not least. Can you draw for us on this piece of paper the street? The way you see it, what you like or maybe what you don't like.

T : Yeah sure

B : Qu'est ce que vous aimez ici ? Qu'est ce qui vous fait venir ici?

E : La marche. J'aime l'ambiance

B : Venez-vous toute l'année, été, hiver ? Evitez vous la rue durant l'été quand il y a beaucoup de touristes?

E : Nous sommes ici pendant la période de l'été

B : Où vivez-vous ? Est ce quelque part par ici ?

E : Nous ne vivons pas très près, c'est le lieu qui nous fait venir ici.

B : Avez-vous des observations sur les touristes qui viennent ici ? Avez vous déjà parlé avec eux? Quelles impressions les touristes vous donnent-ils?

E : - Je n'ai pas parlé
- J'ai plus parlé. Je travaille à Happy en tant que serveuse. Je ne sais pas exactement comment les decrier. De mon point de vue ils sont gentils et amicaux. Ils sont chaleureux.

B : Et la plupart sont européens, ou du monde entier ?

E : Du monde entire

B : Aimez vous parler avec eux ou est ce plutôt du fait de votre travail que vous devez parler aux touristes ?

E : Oui, j'aime ça. Mais quand ils parlent si vite, parfois je ne comprends pas ce qu'ils disent. Puis je leur dis juste "Pouvez-vous repeater s'il vous plait ?"

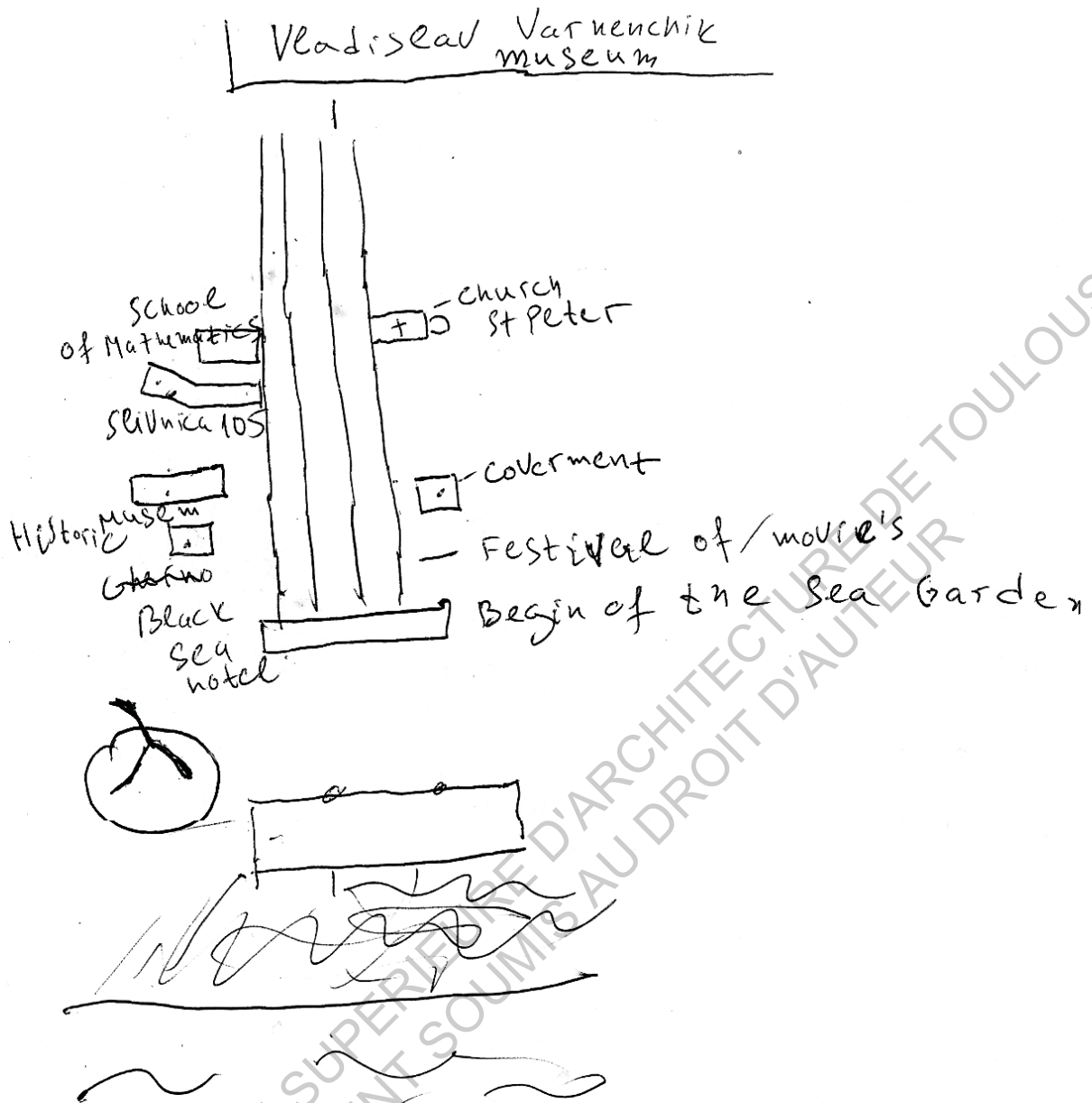
B : En effet, cela vous derange-t-il s'il y a beaucoup de touristes ? Préfèreriez vous qu'ils restent seulement dans les hôtels de plage ?

E : - Je n'ai rien contre eux.
- Oui, moi non plus. S'ils aiment cet endroit, ils devraient le visiter !

B : Enfin, pouvez-vous nous dessiner sur cette feuille la rue ? La façon dont vous la voyez, ce que vous aimez ou peut être n'aimez pas.

E : Oui bien sur

ANNEXES



Him : I live here on the street

Lui : Je vis dans la rue

Me : And how often do you come to this part of the street ?

Moi : Et avec quelle fréquence venez-vous dans cette partie de la rue ?

H : Hmmm this part, not so full of time but when I have time I go everytime. Because I go to University, I work here also sometimes, so when I have time.

L : Hmm, cette partie, pas si souvent mais quand j'ai le temps j'y vais à chaque fois. Parce que je vais à l'université, je travaille ici aussi parfois, donc quand j'ai le temps

M : So how often is it ?

M : Donc est ce souvent ?

H : This is for the saturday, Sunday, mostly I go.

L : C'est pour le samedi, dimanche, principalement que j'y vais.

HABITANT DE VARNA - Réalisé en Anglais

M : Yes but how often in a month for example ?

H : Ah in a month every Saturday or Sunday. But we have not to because we have also mall, mall in the city. And we visit malls.

M : And during the summer when there are tourists, do you still come to this part of the street or do you avoid it because there are too many people ?

H : Oh no no, for me it's not problem that there's so many people, I mean sometimes when I want to speak with somebody for some important things I like to be not alone.

M : And do you like that the tourists are coming or..

H : Yeah yeah, of course I like it.

M : It's strange everytime I ask this question to Bulgarians they say I like the tourists come and in France in each city where there are a lot of tourists, the inhabitants avoid it, they go away.

H : Maybe because they don't like they don't speak their language, your language.

M : No but just because there are too many people, and it bothers them.

H : But some of them they don't like to be disturbed that's why they..

M : Yes

H : It's different characters and different minds than here, they think that is not good to conversate with others countries.

M : What do you like about the tourists coming here ?

H : Tourists, when they are here, I mean what they like or .. ?

M : Why do you think it's good that there are tourists ?

H : Because our city is very beautiful, our city is for

M : Oui mais avec quelle fréquence en un mois par exemple ?

L : Ah dans un mois, tous les samedis ou dimanches. Mais on n'a pas besoin de venir parce qu'on a aussi des malls dans la ville. Et nous allons au mall.

M : Et pendant l'été quand il y a des touristes, est ce que vous venez toujours dans cette partie de la rue ou l'évitez vous parcequ'il y a trop de gens ?

L : Oh non, pour moi ce n'est pas un problème qu'il y ait tant de monde, je veux dire parfois quand je veux parler avec quelqu'un pour des choses importantes, j'aime ne pas être seul.

M : Et aimez-vous que les touristes viennent ou..

L : Oui, oui, bien sur j'aime ça.

M : C'est étrange à chaque fois que je pose cette question à des bulgares, ils me disent qu'ils aiment que les touristes viennent et en France, à chaque ville où il y a beaucoup de touristes, les habitants les évitent, ils vont ailleurs.

L : Peut-être parce qu'ils n'aiment pas qu'ils ne parlent pas leur langue, votre langue.

M : Non mais juste parce qu'il y a trop de gens, ça les dérange.

L : Mais certains n'aiment pas être dérangés, c'est pour ça qu'ils..

M : Oui

L : C'est des caractères différents, des façons de penser différentes d'ici, ils pensent que ce n'est pas si bien de converser avec d'autres pays.

M : Qu'est ce que vous aimez à propos des touristes qui viennent ici ?

L : Les touristes, quand ils sont là. Je veux dire ce qu'ils aiment ou .. ?

M : Pourquoi pensez-vous que c'est bien qu'il y ait des touristes ?

L : Parce que notre ville est très belle, notre ville

ANNEXES

me the most beautiful in Bulgaria because we have sea, nice view to the sea, you can go direct to the sea, I mean by boat, you can visit plenty museums, our history begins in the sixth century.

est pour moi la plus belle en Bulgarie parce que nous avons la mer, une belle vue sur la mer, vous pouvez aller dans plein de musées, notre histoire a démarré au 6ème siècle.

M : And does it bother you that some of the tourists only go to the beach and never go to museums and to other parts of the city ?

M : Et est ce que cela vous dérange que certains touristes aillent juste à la plage et ne vont jamais au musée ou dans d'autres parties de la ville ?

M : Yeah, for me I can not accept that they don't like to go to museums. They want to go to disco you know on the beach. Sometimes there are a lot of tourists on the beach, you can not even find seats.

L : Oui, moi je ne peux accepter qu'ils n'aient pas aller aux musées. Ils veulent aller en discothèque, vous savez sur la plage. Parfois il y a beaucoup de touristes sur la plage, vous ne pouvez même pas trouver de sièges.

M : But do you think that's sad that tourists go to the beach and don't go that much to the other parts ?

M : Mais pensez-vous que c'est triste que les touristes aillent à la plage et ne vont pas tant que ça dans d'autres endroits

H : Yes but I see plenty times,...

L : Oui mais je vois plein de fois,...

M : There are still tourists in museums ?

M : Il y a quand même des touristes dans les musées ?

H : Yes, there are german, french tourists, because they are here by some programs.

L : Oui, ils sont allemands, français, parce qu'il y a des programmes.

M : And what do you think about those buildings here.

M : Et que pensez-vous de ces bâtiments ici ?

H : I don't accept that as buildings here. It's restaurants and bars.

L : Je ne considère pas ça comme des bâtiments. Ce sont des restaurants et bars.

M : Yes but there's still a roof, there's walls.

M : Oui mais il y a quand même un toit, il y a des murs.

H : You know some of them, I don't know if you've been there you know, there are two bars on the beach that their all environment is the beach, very nice view, the beach is still there not build in a wooden material or above or something else just beach and surrounded by one bar. Very good, very nice place.

L : Vous savez certains, je ne sais pas si vous êtes allés là, il y a deux bars sur la plage dont tout l'environnement est la plage, très belle vue, la plage est toujours là pas construite en matériau de bois ou sur quelque chose d'autre, il y a juste la plage et elle est entourée par un bar. Très bien, très bel endroit.

M : From here, I thought it was really beautiful but from here I thought it was really strange because you know it's majestic and everything and then « bim » you have this in front of you and you don't see the sea at the last moment. And don't you think that's strange.

M : depuis ici je trouvais que c'était vraiment beau mais d'ici je trouvais que c'était vraiment bizarre parce que vous savez c'est majestueux et tout et puis « bim » vous avez ça en face de vous et vous ne voyez plus la mer au dernier moment. Et vous ne pensez pas que c'est étrange.

H : Yes it's disturbing because there's plenty music, noisy, you want to find a place quiet to listen the waves and the nature, but when you see these bars, they disturb your bubble and sometimes even angry

L : Oui, c'est perturbant parce qu'il y a beaucoup de musique, c'est bruyant, vous voulez trouver un endroit calme pour écouter les vagues et la nature, mais quand vous voyez ces bars, ils dérangent votre bulle et parfois

HABITANT DE VARNA - Réalisé en Anglais

you. But in most of those restaurants you can see plenty types of fish. Good fish, I mean good quality.

vous agace. Mais dans la plupart de ces restaurants vous pouvez voir plein de poissons. Du bon poisson, je veux dire de bonne qualité

M : About the park, do you go there sometimes ?

M : A propos du parc, y allez-vous parfois ?

H : Park yeah, often I visited.

L : Le parc oui, souvent j'y vais.

M : And which part of the park ?

M : Et quelle partie du parc ?

H : I visited all park.

L : J'ai visité tout le parc

M : Do you think that there are places in the park that are more used by inhabitants and others that are more used by tourists ? Or do you think there are all mixed up everywhere ?

M : Pensez-vous qu'il y a des endroits dans le parc qui sont plus utilisés par les touristes ? Ou pensez-vous qu'ils sont tout mélangés partout ?

H : In the summer we have plenty entertainments where you can go and find different musicians.

L : Pendant l'été, nous avons plein de distractions où vous pouvez aller et trouver différents musiciens.

M : So you think everyone is everywhere ?

M : Donc vous pensez que tout le monde est partout ?

H : Yes almost everywhere, I mean... Oh this is one of the most famous places, the dolphins place. We have a new part, with a very nice view to the sea, and you can take photos or you can smell the breeze and the waves.

L : Oui presque partout, je veux dire... Oh c'est un des endroits les plus connus, le lieu des dophins. Nous avons une nouvelle partie, avec une très jolie vue sur la mer, et vous pouvez prendre des photos ou sentir la brise et les vagues.

M : And around here ?

M : Et vers ici ?

H : There are not so many museums here, there are buildings, rich guys built big houses in the garden. This is controvaining to the rules but they pay some money to build these houses

L : Il n'y a pas trop de musées ici, il y a des bâtiments, des riches gens ont construits des grandes maisons dans le jardin. C'est contraire aux règles mais ils ont payé de l'argent pour construire ces maisons.

M : Next question, when there are tourists during the summer, do you speak to them sometimes ?

M : Question suivante, quand il y a des touristes durant l'été, est ce que vous leur parlez parfois ?

H : Yeah, yeah

L : Oui, oui.

M : What could be the reasons ?

M : Qu'est ce qui pourrait en être la raison ?

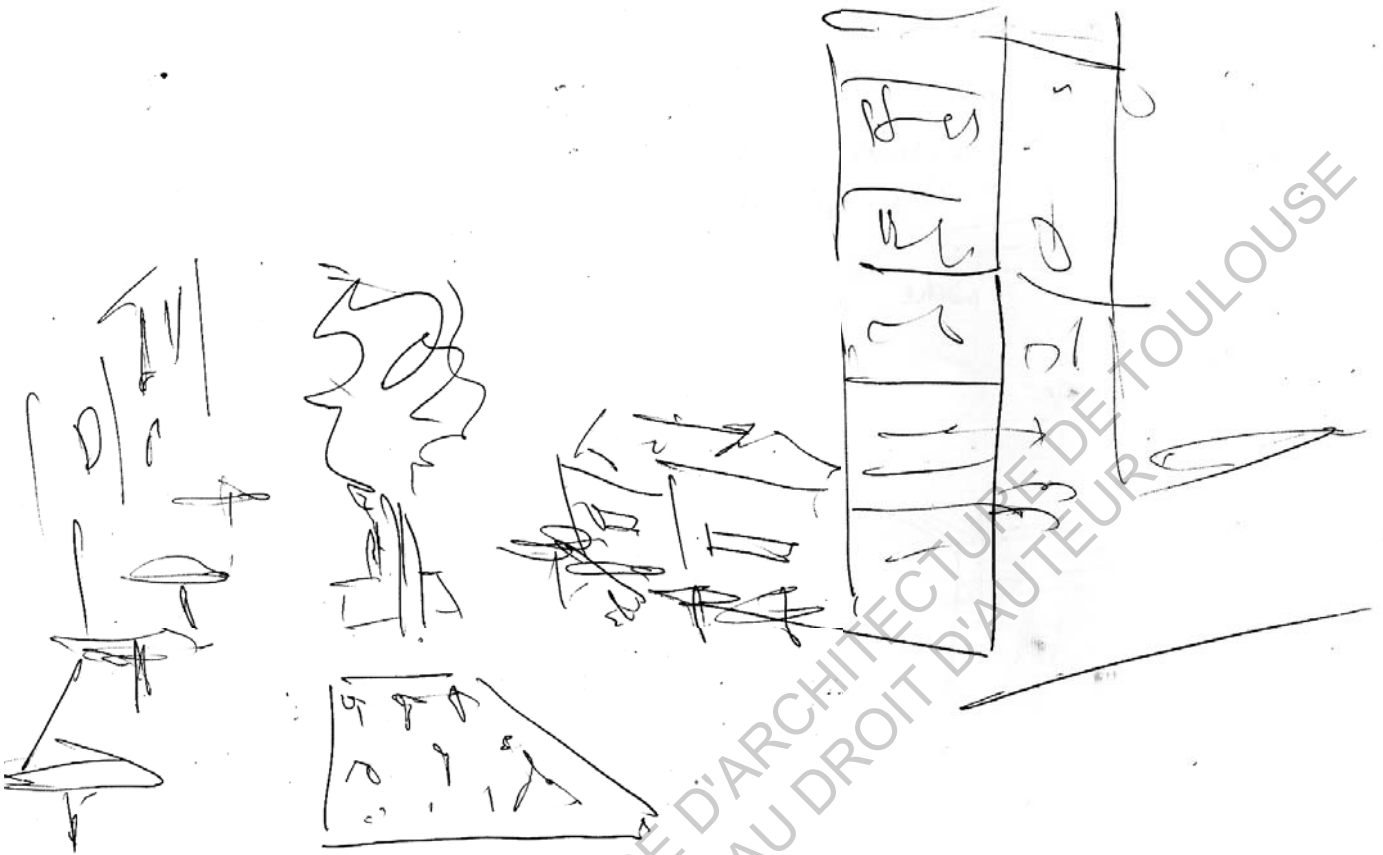
H : I mean if the purpose of the conversation is between me and some tourists, they ask me some questions about where they can find some shops, to buy some magazines or something else. But even for me, I mean when we go party in disco and visit some restaurants, they also kindly ask you questions.

L : Je veux dire si le but de la conversation est entre moi et des touristes, ils me posent des questions sur où ils peuvent trouver des magasins, pour acheter des magazines ou quelque chose d'autre. Mais même pour moi, je veux dire quand nous allons faire la fête en discothèque et allons au restaurant, ils posent aussi gentiment des questions.

M : Okay my last question is can you draw me the street as you see it ?

Okay, ma dernière question est, pouvez vous me dessiner la rue, comme vous la voyez ?

ANNEXES



M : Est-ce que vous venez souvent dans cette rue ? Vous venez avec quelle fréquence ?

E : Tous les jours.

M : Et pourquoi venez-vous ?

E : Pour se promener. Pour profiter du beau temps.

M : Vous habitez dans quelle partie de la ville ?

E : C'est pas tout à fait le centre mais à peu près.

M : Lorsqu'il y a des touristes pendant l'été, êtes vous content, est ce que cela vous dérange ?

E : On est même content quand il y a des touristes.

M : Pour l'ambiance que ça crée ?

E : Pour tout, pour l'ambiance, pour l'argent, pour tout. Pour le développement de la ville.

M : Lorsqu'il y a des touristes, est ce que cela vous arrive de leur parler, d'échanger avec eux ?

E : Parler, nous et seulement avec eux ? Non.

M : A part si on vous pose une question mais sinon non ?

E : Oui. S'il nous demande quelque chose comme vous, on va répondre mais sinon non.

On a des amis, on communique avec des amis mais comme ça avec des gens dans la rue...

M : Jamais

E : Non pas jamais, ça arrive mais pas spécialement, c'est le hasard.

M : Est-ce que cela vous arrive d'aller à la plage ?

E : On vient de venir de la plage. Du restaurant près de la plage.

M : Mais vous ne vous y baignez pas, c'est juste pour profiter des restaurants qu'il y a là bas ?

E : Maintenant, il fait un peu froid pour se baigner

M : Oui oui mais plus tard dans l'année.

E : Ah oui plus tard.

M : C'était pour savoir en fait si vous alliez à cette plage ou si vous alliez dans une autre plage, comme

COUPLE ORIGINAIRE DE VARNA MAIS HABITANT À BRUXELLES - Réalisé en Français

apparemment il y a beaucoup de monde l'été là.

E : On va souvent ici à cette plage. Elle est pas trop loin de chez nous. Mais ça dépend, on peut aller plus loin. On aime aller vers le sud, il y a de très belles plages.

M : Et vous pensez quoi des bâtiments qu'il y a sur la plage ?

E : C'est moche, si quelqu'un peut les refaire ça sera vraiment... Ca va venir, ça va venir.

M : Vous pensez qu'il faut les refaire mais vous pensez que c'est bien qu'ils soient..

E : Il faut démolir tout et refaire. Ca va attirer des touristes, ça va attirer du business ça va faire vivre la ville même.

M : Et vous trouvez pas ça bizarre que là quand on arrive au bout de la rue, d'un coup on a un bâtiment comme ça devant, on voit pas la mer de suite ?

E : Mais au sud de la France, c'est un peu comme ça aussi ? En Belgique, la plage c'est la même chose aussi.

M : En France c'est comme ça mais dans l'autre sens.

E : On a bien remarqué que la mentalité des gens de l'ouest c'est dans l'autre sens. C'est les bâtiments après c'est le passage et après la plage.

M : Et vous vous préférez comme c'est là ?

E : Je ne sais pas. Comme ça si on refait les restaurants pourraient voir la plage directement, que si on fait une rue il y aura des arbres.

- Non on ne va pas faire construire des bâtiments, c'est pas dans notre culture.

- Non mais la question c'est si c'était à l'envers. Là il y a la rue, les bâtiments et après la mer. Mais si on change les bâtiments, puis la rue puis la mer, ce serait une bonne idée. Ce serait comme quand on va aussi renforcer un peu la pente, la pente du .., la terre qui descend et comme ça les bâtiments vont retenir.

M : Mais en fait c'est pas spécialement l'ordre que je trouve étrange c'est juste qu'on a la rue comme ça, et ça bloque au milieu de la rue. C'est pas comme si on avait la rue et des bâtiments là, de chaque côté.

E : C'est pas des bâtiments là, c'est des petits restaurants. C'est pas des habitations.

- Des petits restaurants, c'est bien ça. tu manges, tu regardes la plage, tu vas te baigner.

- C'est vrai si on change les bâtiments c'est un peu plus classique après. Les gens sont habitués à voir ça.

M : Mais je trouve ça pas désagréable dans votre ordre, je trouve ça bien aussi comme façon ce que je trouve étrange c'est que là on a la rue comme ça, et que le bâtiment il bloque pour aller à la mer.

E : Mais en été est ce que vous avez été ici ?

M : Non jamais.

E : Donc c'est pour ça peut être votre question, normalement pendant l'été, que maintenant c'est pas la saison. La saison ne commence que le 1er mai. Quand vous dites les bâtiments là, il y a les portes qui sont très très ouvertes pour aller à la plage.

M : Ah d'accord

E : Donc c'est pas fermé. Tout est absolument ouvert.

- On se rend pas compte là, c'est bloqué.

- Tout est absolument ouvert. C'est maintenant parce que les gens se préparent pour l'été.

M : D'accord, je comprends mieux.

E : Il faut venir ici pendant l'été. Pendant l'été c'est autre chose.

- Ici quand on regarde, les bâtiments sont très bas, donc on n'a pas l'impression qu'au bout de la rue il y a un bâtiment qui bloque. Parce que le bâtiment, il y a un restaurant juste en face, il est très bas, un étage ou deux étages. Et puis pendant l'été c'est totalement ouvert, les gens peuvent passer à la plage, passer par le restaurant.

- Je trouve que c'est bien moi, pour nous

- Il y a beaucoup de monde là. Ce qui ne nous plait pas c'est qu'il y a des musiques différentes là, très fortes.

- En fait il y a la plage qui s'appelle Lapongue. Là bas c'est comme vous dites. D'abord c'est le bâtiment, comme vous dites les restaurants, après la rue, après la plage. Vous pouvez aller vous promener.

- C'est au fond de la rue...

- Avec des grandes palmes comme ça. Vous pouvez aller voir.

- Tout au fond de la rue qui passe à côté des restaurants. Non même ça commence ici, 150 m plus loin c'est différent.

ANNEXES

- Voilà c'est le contraire

M : C'est juste au centre, c'est juste en face de cette rue que c'est comme ça ?

E : Ici on a les bains, les thermes.

- Et c'est pour ça qu'on a construit les bâtiments

[...] (problème sur l'enregistrement)

Je demande s'ils peuvent dessiner la rue. La femme répond que non mais son mari oui, il est fil d'architecte.

L'homme explique qu'il est le fils de l'architecte du Chernomore. A l'époque il s'agissait du plus grand immeuble de Varna. Puis on s'intéresse aux éléments touristiques de la même époque.

E : Comme Saint Constantin et Helene.

- Ce qui est touristique c'est les sables d'or aussi.

- A l'époque du socialisme, il y avait pas d'autres sorties sur la mer donc ici, tous les pays socialistes, c'était le plus grand centre touristique.

- Et après vous pouvez aller à Balchik. Sables d'or.

- Sables d'or ça s'est développé en même temps que ...

- C'est joli aussi mais c'est très commercial.

- C'est une grande construction en même temps qu'en Espagne, quand on a commencé le tourisme massif dans les années 60. Ils ont commencé à construire des choses pour beaucoup de touristes. Comme en Espagne, en Espagne c'est moche, ici aussi c'est moche. C'est simplement le style des bâtiments du tourisme d'époque.

M : C'est là où il y a les grands grands hotels tout à l'est ?

E : Oui, nord est. Plus loin il y a encore un autre centre touristique. Mais là aussi c'est beaucoup trop de bâtiments.

- Vous habitez où là maintenant ici.

M : On est à l'université de Varna qui est justement vers le nord est.

E : Ah ah ah ok.

- Vous passez donc par Saint Constantin et Helene.

- Aussi dans le parc vous avez aussi des choses sympas hin...

M : Déjà avant-hier, j'ai marché d'ici jusqu'au bout du parc, j'ai traversé tout le parc comme ça.

E : Tout le parc là où il y a

M : Une heure et demie.

E : Et là il y a delfinarium. Il y a une école navale, même à l'époque elle était reconnue du monde entier.

M : L'école navale elle est dans le parc ?

E : Non c'est juste en face. On traverse la rue et on voit l'école.

- Depuis quand vous êtes ici ?

M : Ca fait trois jours.

E : Ah trois jours c'est pour ça que vous connaissez pas.

M : Oui mais en plus vu que c'est pour un travail, je suis censée rester dans cette rue.

E : Vous devez pas rester pendant toute la journée ici. Vous devez vous promener. Il y a beaucoup de spectacles, il y a beaucoup d'opéras, il y a beaucoup de concerts ici. C'est une ville très culturelle. Tous les jours on a quelque chose.

- Il y a un théâtre ouvert dans le parc ici. Chaque année on vient ici pour regarder le théâtre, opéra.

- Le théâtre ici à gauche.

- On habite à Bruxelles

M : Vous habitez à Bruxelles ?

E : Oui mais Bruxelles il n'y a rien, rien.

M : Mais vous habitez à Bruxelles combien de temps dans l'année ?

E : On est des touristes.

M : Vous êtes de Varna mais vous habitez à Bruxelles, je comprends plus rien

E : Non mais on est pas des touristes

- Non mais on vient comme des touristes ici

- Nous sommes d'origine bulgare mais c'est pour le travail quoi.

COUPLE ORIGINAIRE DE VARNA MAIS HABITANT À BRUXELLES - Réalisé en Français

M : Et vous venez ici tous les combien du coup ?

E : Plusieurs fois par an.

M : Et vous venez combien de temps ?

E : Tout l'été.

M : Oui mais là c'est pas l'été

E : Oui mais maintenant c'est pas l'été mais c'est presque l'été.

- Je suis en retraite je peux venir quand je veux.

M : Ah ça y est c'est fini maintenant.

[...]

E : On va bientôt finir cette rue, ce sera très bien après. C'est une très belle ville. Surtout le parc c'est une merveille

- Il existe depuis quand ?

- Dix huitième siècle. C'est écrit là bas au fond de la colonne. Il a été créé par je pense, par des tchèques. Il y avait un décret royal, et selon ce décret, le parc il était beaucoup plus grand. Mais on a perdu certains bâtiments. Le parc il est devenu comme ça.

[...]

ECOLE NATIONALE SUPERIEURE D'ARCHITECTURE DE TOULOUSE
DOCUMENT SOUMIS AU DROIT D'AUTEUR

ANNEXES



Me : Where are you from ?

Her : I'm from Burgas

M : Is it the first time you come in Varna ?

H : No, I come to Varna ten times a year. Oh yeah probably.

M : Why are you coming here ? What do you like here, about the city ?

H : Because I very very much like Varna and I have ? here. And I work in port of Burgas at the container terminal. Varna have container terminal too. And
142

M : D'où venez-vous ?

E : Je suis de Burgas

M : Est-ce la première fois que vous venez à Varna ?

E : Non, je viens dix fois par an. Oh oui à peu près.

M : Pourquoi venez-vous ici ? Qu'est ce que vous aimez de la ville ?

E : Parce que j'aime beaucoup beaucoup Varna et j'ai des ? ici. Et je travaille au port de Burgas au terminal des containers. Varna a aussi un terminal

TOURISTE DE BURGAS - Réalisé en Anglais

Varna is a very old city, very much old cultural treasures. Burgas is a very new city. Really, it's different.

M : Are there places that you prefer in the city of Varna ?

H : Old center, here in the park. And museums, the archaeological museum.

M : Have you ever been to other parts of the city or are you always coming in the center.

H : Oh no I know different parts of Varna. I have friends and a part of my family is living here.

M : So you know the city quite good.

H : Yeah yeah.

[...]

M : For how long are you in the city this time ?

H : For a day

M : Just a day, it's quite fast. And what did you do today, what have you seen ?

H : 8 or 10 hours

M : Yes, but have you been to the museum ? What did you do this morning, and what are you about to do this afternoon ?

H : Today is a new. Today beginning the exhibition of flowers.

[bulgare]

M : Could you draw me the street as you see it ?

H : My hobby is photography not painting
She preferred to send me a photo she took earlier.

M : So is this your favourite place in the street ?

H : Yes, yes

[...]

de container. Et Varna est une vieille ville, beaucoup de vieux trésors culturels. Burgas est une ville très récente. Vraiment, c'est différent.

M : Y a-t-il des endroits que vous préférez à Varna ?

E : Le centre ancien, ici le parc. Et les musées, le musée archéologique.

M : Avez-vous déjà été dans d'autres parties de la ville ou venez-vous toujours au centre ?

E : Oh non, je connais différentes parties de Varna. J'ai des amis et une partie de ma famille qui vivent ici.

M : Donc vous connaissez bien la ville.

E : Oui oui.

[...]

M : Pour combien de temps êtes vous ici cette fois ?

E : Pour un jour.

M : Juste un jour, c'est assez rapide. Et qu'avez-vous fait aujourd'hui, qu'avez-vous vu ?

E : 8 ou 10 heures.

M : Oui, mais avez-vous été au musée ? Qu'avez-vous vu ce matin et qu'allez-vous voir cette après midi ?

E : Aujourd'hui c'est particulier. Aujourd'hui, c'est le début de l'exposition de fleurs.

[bulgare]

M : Pouvez-vous me dessiner la rue comme vous la voyez ?

E : J'aime photographier, pas peindre.
Elle a préféré m'envoyer une photo qu'elle avait prise plus tôt dans la journée.

M : Donc c'est votre lieu préféré dans la rue ?

E : Oui oui

[...]