



HAL
open science

Les imaginaires et les pratiques des jeunes backpackers français en Australie

Sarah Amiot

► **To cite this version:**

Sarah Amiot. Les imaginaires et les pratiques des jeunes backpackers français en Australie. Sciences de l'Homme et Société. 2021. dumas-03592480

HAL Id: dumas-03592480

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-03592480>

Submitted on 1 Mar 2022

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.

M2 - Développement et
Aménagement
Touristique des
Territoires



Sujet d'étude

Les imaginaires et les pratiques des jeunes backpackers
français en Australie.



Directrice
de mémoire :
Aurélie Condevaux

Table des matières

Remerciements	4
Introduction	4
Les cinq hypothèses	8
I. Epistémologie de la figure du jeune backpacker occidental en Australie : une figure hybride.	12
I.1. L'évolution épistémologique de la notion de backpacker depuis les années 1960 à aujourd'hui.	12
Des années 1960 à la fin des années 1980 : un consensus scientifique sur l'existence d'un groupe homogène de backpackers défini par une terminologie plurielle.	13
De la fin des années 1980 à la fin des années 1990 : une nouvelle conception et institutionnalisation des notions de backpacker et de backpacking.	14
Depuis le début des années 2000 : l'essor d'une figure postmoderne du backpacker formant un groupe de plus en plus hétérogène et proche de celle du touriste.	16
I.2. La conception du backpacker occidental du 21e siècle : une figure hybride dans le domaine du tourisme par ses pratiques et ses discours.	17
La nature du voyage : le backpacker s'identifie plus à la figure du traveler qui l'éloigne de celle du touriste.	17
Les pratiques et mobilités sur place : l'hybridité du backpacker dans le monde du voyage.	19
Le fort degré de socialisation : une singularité du backpacker.	21
I.3. La destination australienne : une « île continent » prisée par les jeunes backpackers français pour une expérience backpacking singulière.	22
Le projet de backpacking en Australie : un projet inscrit dans une temporalité ternaire.	22
Le choix d'une destination paradoxale par les images transmises dans les guides : entre singularité et familiarité de l'Australie pour ces jeunes français.	26
Une redéfinition de la figure du backpacker occidental venant en Australie : rupture ou continuité avec le mode de vie occidental ?	29

II. Les motivations et les imaginaires de ces jeunes français face au déploiement du marché du backpacking en Australie : le backpacker français, un autoentrepreneur de son voyage autofinancé. 35

II.1. Les push facteurs variant selon les deux profils identifiés de backpacker : les imaginaires liés à la destination australienne priment sur les attentes liées à la démarche personnelle du jeune. 35

Le choix du backpacking pour « rompre avec le quotidien » : deux profils de backpackers selon le sens de cette rupture mais avec des caractéristiques communes. 35

Primat des caractéristiques intrinsèques à la destination australienne dans les motivations de départ. 37

Des caractéristiques secondaires liées à la personnalité du backpacker selon son âge et son contexte de vie en France. 39

II.2. L'ajout de pull facteurs, d'origine plurielle, qui participent à la définition de leurs imaginaires relatifs aux modalités de l'offre backpacking. 41

Une origine interne des pulls facteurs : un imaginaire surtout construit par le bouche-à-oreille d'une destination agréable et adaptée au backpacking. 41

Une origine externe des pulls facteurs dans la dimension digitale/connectée des backpackers : rôle central d'internet et des réseaux sociaux pour préparer son voyage. 42

Les imaginaires backpackers véhiculés par les guides touristiques : entre confirmations et rapprochements occidentaux interrogeant le modèle sociétal australien. 46

II.3. Le marché actuel du backpacking en Australie : un marché rôdé qui répond aux attentes des jeunes backpackers. 51

Un marché qui facilite l'accès à la destination par son système de visa accompagné d'une promesse de trouver aisément un travail sur le marché de l'emploi. 52

Un marché qui s'accompagne d'une offre en hébergement riche et adaptée aux mobilités et attentes des backpackers. 54

Le marché du backpacking en Australie : vers un marché de plus en plus connecté au risque de compromettre la rupture avec le mode de vie occidental ? 57

III. Une double-satisfaction du jeune backpacker français, autoentrepreneur de soi-même, envers son expérience backpacking, avec un retour parfois difficile. 68

III.1. Les pratiques et mobilités en phase avec les imaginaires du backpacker et qui attestent son statut hybride: un autoentrepreneur de son voyage. 68

A la recherche systématique d'un emploi : le backpacker est un autoentrepreneur de son voyage, il l'autofinance. 68

Des salaires qui leur offrent l'opportunité de voyager dans le pays : une satisfaction interne dans les mobilités possibles. 74

La géographie australienne du backpacking : une présence contrastée entre les territoires révélant la popularité de la côte Est.	80
III.2. Une expérience backpacking satisfaisante sur le plan interne : un autoentrepreneur de soi-même sur le plan social et expérientiel.	85
Une satisfaction par les rencontres réalisées : l'existence d'une communauté.	86
Une satisfaction par les paysages traversés et les activités réalisées : une expérience nature du backpacker français en Australie.	90
Par la mentalité des australiens : un écart au modèle occidental connu des Français.	95
III.3. Apprentissages et changements post-voyage : une situation paradoxale.	98
Deux natures possibles du retour en France : entre sédentarité et nouveau départ.	99
L'expérience backpacking : un moyen d'acquérir des apprentissages personnels comme professionnels.	101
Les rencontres sur place : une parenthèse pour le jeune backpacker.	103
Conclusion	105
Bibliographie/Webographie	107
Annexes	110

Remerciements

Avant toute chose, je tenais à remercier plusieurs personnes sans qui ce mémoire n'aurait pu être réalisé. Leur contribution a été plus que nécessaire pour alimenter ma réflexion.

Un grand merci à Madame Condevaux, professeur à l'IREST Université de Paris 1 Panthéon-Sorbonne, ma directrice de mémoire, pour m'avoir guidée dans mes recherches, conseillée et aidée à mener mes analyses. Je remercie également Monsieur Jacquot, actuel directeur de l'IREST, qui a suivi mon état de l'art lors de ma première année de Master.

Par la suite, je tenais à remercier Carly et Evan, deux amis australiens qui m'ont transmis cette passion et cet intérêt pour l'Australie depuis mon jeune âge. Sans eux, il est possible que ce sujet de mémoire ne me soit jamais venu à l'esprit. Depuis leur rencontre, mon attrait pour l'Australie ne me quitte pas.

Bien entendu, je remercie tous les interviewés qui ont plus que contribué à la rédaction de ce mémoire. Chacun d'entre eux à accepté de m'accorder de son temps par appel vidéo, téléphone ou par email pour me faire part de leur ressenti, de leurs connaissances et de leur vécu. Un grand merci aux vingt *backpackers* français sans qui ce mémoire n'aurait pas été aussi riche, merci aux couples Cyril et Joséphine, Pauline et Thomas, aux amis Hélène et Solène, Alexia et Thibault, Jade et Alizée et aussi, Joseph, Agathe, Rose, Alexandre, Henri, Aude, Clément, Angélique, Constance et Hugo. Merci également aux sept responsables d'auberge de jeunesse en Australie pour leurs précieuses réponses, merci à Maggie, John, Bob, Diego, Betty, Carly et Louis. Enfin, merci beaucoup à Damien Delemarle, blogueur professionnel, pour ses précieuses réponses.

Pour finir, un grand merci à certains de mes amis pour m'avoir soutenue et encouragée dans la rédaction de ce mémoire, pas toujours évidente avec la situation sanitaire. Je tiens également à remercier ma famille pour m'avoir soutenue dans mes études, écoutée et relue.

Introduction

« Je crois que mon passage dans ce qu'on appelle la « civilisation occidentale » est terminé. Je cherche une vie nouvelle. » (p.171), nous fait part l'héroïne de Paulo Coelho¹ dans son roman *Hippie*. L'auteur brésilien nous retrace le voyage de deux jeunes européens en direction du Népal pendant le mouvement hippie qui a débuté dans les années 1960 avec le célèbre roman *On the road* de Jack Kerouac² en 1957. La motivation de ces jeunes est analysée par Frédéric Robert³ comme un refus des valeurs sociétales occidentales telles que le capitalisme, le matérialisme et d'autres où, selon l'auteur, « la loi du marché écrase le droit des citoyens ». Si ce mouvement hippie a pris fin dans les années 60, son héritage peut perdurer dans les valeurs et la philosophie portées par les jeunes *backpackers* d'aujourd'hui. A travers cette génération, on peut lire les prémisses de l'initiation d'un type de *roadtrip*, similaire au *backpacking* par ses pratiques et imaginaires, effectué par le *backpacker* occidental. Ainsi, la double notion de, *backpacking* pour le mouvement/les pratiques et de *backpacker* pour l'individu, peut trouver ses origines dans le mouvement hippie.

Toutefois, le cadre actuel d'une mondialisation croissante amène les structures sociales et sociétales à évoluer si bien que, de nouvelles caractéristiques associées à cette jeunesse sont à prendre en compte depuis la fin des années 1990. Cette jeunesse s'inscrit dans une société hyper connectée via les nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC), hyper mobile où la mobilité est la norme par opposition à l'ancrage dans un lieu, favorisant une interconnexion croissante des territoires qui sont autant de destinations plus accessibles pour ces jeunes *backpackers*. Ces divers processus sont expliqués par plusieurs chercheurs qu'ils soient sociologues ou géographes comme Michel Lussault⁴. Il semblerait que le Grand Tour du 19^e se soit élargi à une échelle globale. La vie d'un jeune prend de nouvelles dimensions : sa jeunesse s'allonge en termes d'années et de nouvelles attentes apparaissent. Là où, au 20^e siècle, la jeunesse de mai 1968 cherchait à se faire une place sur le marché du travail, obtenir un emploi fixe pour investir dans l'immobilier et avoir une famille, les jeunes de la génération suivante aspirent à voyager, à rompre avec leur vie quotidienne pour découvrir le monde, à faire des rencontres avant de chercher un

¹ Coelho, Paulo, Élodie Dupau, et Cécile Lombard. *Hippie: roman*. Paris: J'ai lu, 2019.

² Kerouac, Jack. *Sur la route*. Paris: Gallimard, 2003.

³ Robert, Frédéric. *La révolution hippie*. Rennes: Presses universitaires de Rennes, 2011.

⁴ Lussault, Michel. *Hyper-lieux: les nouvelles géographies de la mondialisation*. La couleur des idées. Paris: Éditions du Seuil, 2017.

emploi fixe. L'esquisse de l'envie de réaliser un voyage initiatique prend forme. Ces explications sont développées notamment dans le dernier ouvrage du sociologue Jean Viard. Il a été publié en 2019 et s'intitule : *Un nouvel âge jeune : devenir adulte en société mobile ?*⁵. L'auteur remarque que la durée de la jeunesse s'allonge, allant jusqu'à 29-30 ans environ avant de s'installer à un endroit fixe pour travailler.

Cette perception de la jeunesse actuelle s'inscrit dans la conception du modèle sociétal occidental. Si ce modèle s'étend au monde entier dans le contexte de la mondialisation, notre étude se réduira à celle des jeunes occidentaux français en raison de la crise sanitaire actuelle empêchant une enquête menée sur le terrain. Selon le site du CNRTL⁶, l'Occident est défini géographiquement par « *l'ensemble des pays situés en Europe de l'Ouest avec inclusion des États-Unis* ». Cette définition géographique prend une dimension éminemment politique et reflète la division binaire du monde de la guerre froide. Ce système se caractérise par : la croyance au progrès des hommes pour augmenter la croissance qui est un signe d'amélioration des conditions de vie (imbrication du quantitatif au qualitatif), et par la mise en avant de l'individu sur le groupe. L'anthropologue français Louis Dumont explique dans ses *Essais sur l'individualisme*⁷, que tout individu est indépendant et autonome, un individualisme poussé qui serait propre aux sociétés occidentales par opposition à d'autres modèles. Le caractère individualiste et le primat du pilier économique sur le reste sont, autant de poids qu'un individu peut ressentir que de limites du modèle qui sont dénoncées de façon croissante depuis les années 1980.

Au 21^e siècle, le *backpacking* prend un sens nouveau. Il s'agirait d'un rite de passage assimilable à l'envie d'avoir une expérience individuelle dans sa jeunesse avant de s'engager dans sa vie future. Comme l'a formulé Arnold Van Gennep dans l'ouvrage *Sociologie de la jeunesse*⁸, « *Le rite n'a de sens que s'il signifie de manière solennelle et définitive un passage irréversible dans une autre classe d'âge* ». Dans notre cas, il s'agirait plus d'un rite avant d'entrer dans la véritable vie adulte et/ou professionnelle. Cette rupture répond au désir de vivre autrement, sous-entendu en dehors du mode de vie de la société occidentale avec laquelle le jeune veut s'éloigner. En ce sens, on se rapproche de la logique de contre-culture des hippies à la différence que, ces jeunes n'entendent pas renier leur culture, mais plutôt de la mettre entre parenthèse pour une période limitée de leur vie. Cette logique

⁵ Viard, Jean. *Un nouvel âge jeune?: devenir adulte en société mobile*, 2019.

⁶ « Occident ». In *CNRTL*, s. d. <https://www.cnrtl.fr/definition/occident>.

⁷ Dumont, Louis. *Essais sur l'individualisme: une perspective anthropologique sur l'idéologie moderne*. Points Essais 230. Paris: Éd. du Seuil, 1991.

⁸ Galland, Olivier. « Chapitre 3 - Rites, passages et rapports d'âge ». In *Sociologie de la jeunesse*, 59-82. U. Paris: Armand Colin, 2011. <https://doi.org/10.3917/arco.galla.2011.01.0059>.

permet d'appréhender le *backpacking* comme un rite de passage plus qu'un mouvement en soi. Le rite, en anthropologie, désigne une pratique sociale de caractère symbolique, ici par les valeurs associées chez le *backpacker*. Ce rite possède une valeur sociologique codifiée au sein des sociétés occidentales, ces valeurs sont intériorisées par tous. En tant que "rite de passage", le *backpacking* élabore une temporalité distincte du rythme quotidien, une sorte de temps suspendu, où le quotidien se redéfinit. Il marque un passage entre un avant, souvent les études, et un après, souvent l'entrée sur le marché du travail ou la fin/reprise d'études. Le *backpacking* crée un pont spatio-temporel souhaité par l'individu. Ce pont s'organise en trois temporalités distinctes à savoir : avant le départ, étape de définition et de préparation ; pendant le voyage, étape du vécu via des pratiques et des rencontres ; retour du voyage, étape de prise de recul sur ses apprentissages pour « reprendre » sa vie.

Le *backpacking* est une pratique très courante en Australie avec des *backpackers* qui représentent 10% des arrivées touristiques pour 22% des dépenses selon le rapport du « *Bureau of Tourism Research* » (BTR) en 2002. Selon un autre rapport, sur l'année 2011-2012, ils étaient environ un million à visiter l'Australie, soit 44,7 millions de nuit dont 14,9 millions dans des auberges de jeunesse. Leurs dépenses ont été estimées à environ 4,3 milliards de dollars. L'Australie, semblable à une « île-continent » avec ses plus de 7 millions de km² de superficie, est une destination *backpacking* très prisée par les jeunes français même si elle peut être qualifiée de destination occidentale. Cette familiarité trouve ses racines dans l'histoire du pays, colonisé au 18^e siècle par l'Empire britannique. Son visage anglophone et occidental est affirmé. Ainsi, l'enjeu est de comprendre ce qui attire ces jeunes français à vivre une expérience *backpacking* en Australie, destination qui semble présenter un modèle de société occidentale. En cela, nous verrons les caractéristiques du marché du *backpacking* australien et comment elles entendent répondre aux attentes de ces jeunes français sur plusieurs plans : financier, social, expérientiel ou professionnel. En Australie, le jeune peut véritablement devenir un autoentrepreneur de soi-même, de son expérience *backpacking* sans pour autant renier ou s'éloigner totalement du monde occidental dont il est originaire. Le caractère hybride de la figure du *backpacker* rejoint l'hybridité du fonctionnement de la société australienne en mesure de satisfaire doublement leurs attentes : en termes de pratiques/mobilités et de rencontres réalisées.

En quoi les attentes des jeunes *backpackers* français, vis-à-vis de leur expérience *backpacking* en Australie, sont-elles satisfaites par le marché australien ? Comment ce marché, quoique proche du mode de vie occidental, permet-il de procurer aux *backpackers* un sentiment de rupture recherché avec ce mode de vie ?

Les cinq hypothèses

La réponse à la problématique s'accompagne de l'étude de cinq hypothèses qui suivent l'ordre chronologique des trois étapes du voyage.

Période 1 – Avant le voyage :

Deux hypothèses qui concernent les facteurs de motivation de ces jeunes français qui sont de deux ordres : les *push* et les *pulls* facteurs.

La première, **sur les *push factors***, énonce qu'il existe une hiérarchisation chez les motivations du jeune à partir avec, en première position: la volonté de rompre avec sa vie quotidienne empreinte du modèle de vie occidental. Le jeune a envie avant tout de faire une pause, une rupture avec son quotidien. Les autres facteurs sont liés aux caractéristiques même du *backpacking* en Australie, qui apparaît comme un moyen d'effectuer cette rupture. Il incarne un mode de voyage particulier. La motivation première de rompre avec ce modèle rejoint la thèse de Binder⁹ formulée en 2004.

La seconde consiste à dire que **des *pulls factors*** viennent s'ajouter. Ce sont eux qui donnent l'envie de partir faire du *backpacking* en Australie en ce qu'ils contribuent à façonner les imaginaires et les attentes de ces jeunes avec une double origine. L'une interne, dans le vécu de chaque jeune selon son éducation, ses rencontres. Dans le cas de la destination australienne, cette origine se trouve souvent dans la connaissance de quelqu'un, de proche ou de loin, qui s'est déjà rendu en Australie faire du *backpacking* ou qui a déjà fait un Programme Vacances Travail (PVT) dans un autre pays. Il existe un fort bouche-à-oreille façonnant ces *pulls factors* internes dans l'esprit du jeune. L'autre externe, intervenant après ce bouche-à-oreille, une fois que ce jeune se projette dans ce pays. Il s'agit de l'ensemble des imaginaires façonnés sur les réseaux sociaux, nouveaux guides touristiques. L'existence d'une forte communauté française de *backpackers* en Australie joue un rôle majeur. La diffusion de ces contenus sur les réseaux façonne des imaginaires dont l'attractivité réside dans des services novateurs et offres distinctes en Australie par rapport à la France. Cette origine rejoint l'analyse sur la singularité de l'offre australienne avec la présence d'un véritable marché du *backpacking*.

⁹ Binder, J. (2004) 'The Whole Point of Backpacking: Anthropological Perspectives on the Characteristics of Backpacking', pp. 92–108 in G. Richards and J. Wilson (eds) *The Global Nomad: Backpacker Travel in Theory and Practice*. Clevedon: Channelview Publications.

Période 2 – Pendant le voyage :

En raison du succès du *backpacking* en Australie chez les Français, la troisième hypothèse suppose que les pratiques vécues sont en phase avec les imaginaires et attentes conçus en amont. Ces jeunes sont satisfaits. J’y vois une double-origine pour garantir cette satisfaction. L’une interne, par les rencontres et liens sociaux que le jeune tisse. Il s’agit avant tout de *backpackers* plutôt que des Australiens. Ces jeunes semblent former une communauté assimilable à une enclave, en même temps qu’ils s’ouvrent vers les locaux, formation d’un couloir socio-culturel avec l’espace environnant. Cette hypothèse corrobore les cinq caractéristiques identifiées par Pearce pour définir le *backpacking*¹⁰ à savoir : une préférence pour les hébergements les moins chers ; un rejet systématique des emplois du temps ; un départ pour une période relativement longue ; une valeur essentielle accordée à la socialisation, rencontre des autres ; et le désir de vivre des aventures, de saisir des opportunités variées. Durant le voyage, le *backpacker* rompt avec son quotidien occidental grâce aux caractéristiques propres au *backpacking*, véritable rite de passage. L’autre externe, en raison des caractéristiques du *backpacking* où l’offre australienne propose un modèle de vie qui rompt avec leur quotidien. Plusieurs acteurs sont mobilisés : les auberges pour *backpackers*, le gouvernement australien. Plusieurs outils sont mis à disposition des *backpackers* : sites internet, guides en ligne et applications.

La quatrième hypothèse porte sur les discours des *backpackers* pour se définir. Nous supposons qu’ils se définissent dans une logique de distinction aux touristes qui sont associés au mode de vie occidental dans leur conception et pratiques du voyage. En revanche, la distinction avec le *traveler* est plus discutable. Le *backpacker* apparaît comme une forme hybride du tourisme, un hippie moderne.

Période 3- Après le voyage :

La dernière hypothèse s’inscrit dans la temporalité de l’après voyage. Elle révèle la situation paradoxale dans laquelle le jeune se trouve. En théorie, sa personnalité a évolué par les apprentissages effectués sur lui-même. Néanmoins, en pratique, il lui sera difficile de rompre totalement avec son ancien mode de vie quotidien. Son retour serait en quelque sorte marqué par un retour contraint à sa vie d’avant. Le *backpacking* apparaîtrait bien comme un rite de passage. Il ne s’agit pas d’une parenthèse étant donné que des choses ont changé, surtout sur le plan social,

¹⁰ Loker-Murphy, Laurie, et Philip L. Pearce. « Young Budget Travelers: Backpackers in Australia ». *Annals of Tourism Research* 22, no 4 (janvier 1995): 819-43. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(95\)00026-0](https://doi.org/10.1016/0160-7383(95)00026-0).

psychologique. Toutefois, sur le plan structurel de la vie quotidienne, peu de changements sont notables. Définir le *backpacking* comme un rite de passage met en valeur l'effcience de la rupture avec le passage vers autre chose au retour mais sans rupture totale sur tous les plans.

A présent, il conviendra de tester la pertinence de ces hypothèses à partir d'une méthodologie définie en amont.

Afin de vérifier ces différentes hypothèses nous aidant à répondre à notre problématique initiale, plusieurs méthodes d'enquête ont été mobilisées, de nature qualitative. La réponse à notre problématique s'organise en trois temps.

Tout d'abord, il conviendra d'analyser l'évolution de la figure du *backpacker* occidental dans le monde de la recherche en termes de notions, de définitions par rapport à la figure du touriste ou du *traveler* afin de se concentrer sur l'évolution de la figure du *backpacker* en Australie. Il s'agit d'une partie plus épistémologique qui nous amènera à nous interroger sur la quatrième hypothèse au sujet des discours portés par les *backpackers*.

Dans un second temps, nous analyserons les motivations et les imaginaires de ces jeunes *backpackers* français en Australie en miroir avec les offres du marché australien (hypothèse une et deux). Ce moment d'analyse est ancré majoritairement dans la temporalité de l'avant du voyage. Nous verrons si elles sont satisfaites ou non et de quelle(s) façon(s).

Dans un dernier temps, nous démontrerons en quoi ces pratiques et rencontres sur place sont globalement satisfaites par les caractéristiques du marché australien (hypothèse trois). Cette partie s'inscrit dans la double-temporalité : le pendant et l'après voyage où nous discuterons de la validité de la cinquième hypothèse.

Méthodologie

Afin de rédiger mon mémoire, j'ai opté pour des enquêtes qualitatives en réalisant des entretiens avec : 20 jeunes *backpackers* français qui sont déjà allés ou qui sont encore en Australie, 7 responsables d'auberges de jeunesse en Australie et un blogueur professionnel.

La dimension sociale et anthropologique de mon mémoire justifie de mener des enquêtes qualitatives plutôt que quantitatives. La nécessité d'aller au plus près de l'interrogé pour cerner ses ressentis et son vécu est essentiel. Néanmoins, il convient de préciser qu'en raison de la crise sanitaire Covid-19, je n'ai pas pu faire mon année de césure et me rendre sur le terrain afin de réaliser le stage en auberge de jeunesse que j'avais obtenu. Ce travail sur le terrain m'aurait permis d'avoir plus de témoignages mais surtout, d'être en contact direct avec mes interrogés. Cependant, j'ai pu m'adapter en proposant des appels vidéo où le contact social était possible.

Les questions posées étaient organisées en quatre temps pour suivre la temporalité ternaire du voyage avec un temps de questions d'introduction/de présentation de l'interrogé en amont. Nombreuses ont été les questions ouvertes pour laisser à l'interrogé l'espace de s'exprimer, de faire part de ses ressentis sans se sentir bloqué par la formulation de la question. J'ai ainsi pu obtenir un panel de réponses diverses et variées. L'échantillon de 20 personnes est large et en même temps représentatif d'une certaine réalité dans la mesure où j'ai ressenti avoir fait le tour au bout de ses 20 entretiens.

En parallèle de ses entretiens, plusieurs études ont été menées sur différents supports à savoir : trois guides touristiques qui seront évoqués plus bas, ainsi que plusieurs réseaux sociaux comme des pages/groupes Facebook et des comptes Instagram personnels/professionnels. Ces analyses permettent d'approfondir les ressentis des interrogés et dressent un panel de l'offre disponible pour ces jeunes.

Bien entendu, ces études s'accompagnent de recherches documentaires précises afin de situer ce mémoire dans le monde de la recherche conformément aux avancées actuelles et aux notions utilisées. Il convient de contribuer à l'apport de connaissances sur la question.

La réponse à notre problématique et à ces hypothèses s'organise en trois temps. Dans un premier temps, nous aborderons d'un point de vue épistémologique l'évolution de la figure du *backpacker* occidental se rendant en Australie. Plusieurs évolutions sont à relever. Dans un second temps, nous analyserons les imaginaires et les motivations portés par ces jeunes *backpackers* français en regard avec les caractéristiques du marché australien. Enfin, dans un dernier temps, nous verrons en quoi le jeune est doublement-satisfait de son expérience même si le retour en France peut être difficile et quelles en sont les raisons.

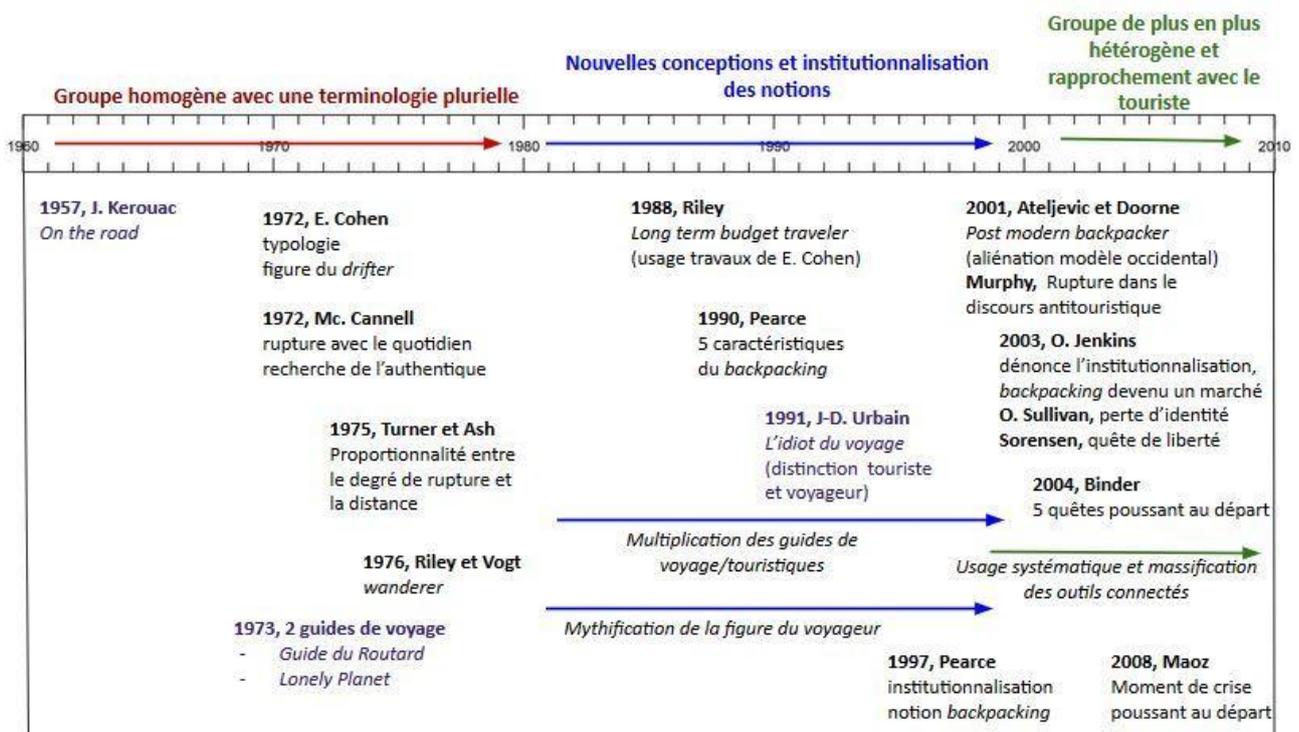
I. Epistémologie de la figure du jeune *backpacker* occidental en Australie : une figure hybride.

Nous retracerons dans un premier temps l'évolution épistémologique de la notion de *backpacker* associé au profil occidental. Cette évolution s'organise en trois moments découpés de façon chronologique. Cette analyse nous conduira à établir un focus sur la conception du *backpacker* occidental au 21^e siècle à travers l'analyse de ses pratiques et discours en distinction à ceux de la figure du touriste. Enfin, cette conceptualisation nous amènera à établir un focus sur les caractéristiques de la destination australienne et les pratiques singulières associées au *backpacking*.

I.1. L'évolution épistémologique de la notion de *backpacker* depuis les années 1960 à aujourd'hui.

Afin de pouvoir cerner la nature du *backpacker*, il convient d'analyser l'évolution épistémologique et conceptuelle de cette notion qui reste encore en débat chez les chercheurs à ce jour. Ainsi, trois grands moments ont été identifiés et précisés sur la frise chronologique ci-dessous.

Figure 1 : Frise chronologique des trois moments de conceptualisation distincte du *backpacker*.



Réalisation personnelle sur Powerpoint.

I.1.1. Des années 1960 à la fin des années 1980 : un consensus scientifique sur l'existence d'un groupe homogène de *backpackers* défini par une terminologie plurielle.

S'il n'y a pas de reconnaissance officielle des termes, les chercheurs partagent un consensus sur la nature de ces individus et de ce mouvement qui est distinct voire opposé au tourisme par son essence même. Cette opposition au tourisme se lit notamment dans la première typologie proposée par Erik Cohen¹¹, qui est l'un des premiers chercheurs à produire des essais sur l'étude du *backpacking*. En 1972, il propose une typologie du tourisme qui se découpe en deux catégories selon des gradients de nouveauté et de familiarité cherchés dans les expériences réalisées : le tourisme « institutionnalisé » et le « non institutionnalisé » (cf *tableau 1 annexe 1*) où le second se caractérise par un fort degré de nouveauté recherchée et un faible degré de familiarité en voulant vivre avec les locaux. Ces individus, nommés les *drifters*, incarnent la figure hédoniste et anarchiste dans leur logique de contre-culture. Cohen apporte trois précisions à cette catégorie dans ses travaux de 1973¹² par : un type de relation « *outward-oriented* » avec les locaux, une temporalité « *full-time* » du voyage et des valeurs de contre-culture (cf *tableau 2 annexe 1*). Le « drifter » est assimilable au *backpacker*. D'autres travaux viennent préciser la figure du *backpacker* à commencer par ceux de MacCannell¹³ en 1973 qui confirment que ce groupe est porteur d'une contre-culture en ce que le *backpacking* se définit comme une forme de voyage en réponse à une insatisfaction de sa vie quotidienne. Il émet l'idée que le départ fait suite à la volonté d'aller chercher l'authentique ailleurs pour se libérer de ce manque interne. En 1975, Tuner et Ash¹⁴ ajoutent que le degré de rupture avec ses normes et valeurs est proportionnel à la distance mise avec l'environnement quotidien. On part pour quitter socialement et psychologiquement le lieu où l'on vit pour se recréer, se reconstruire dans un ailleurs plus ou moins lointain.

Si l'ensemble des chercheurs s'entendent à accorder les mêmes caractéristiques aux *backpackers*, les termes sont encore pluriels selon les chercheurs. De plus, sa distinction avec le touriste reste poreuse et à préciser. L'imaginaire de ces *drifters* est lié aux œuvres littéraires évoquées précédemment sur le voyageur débrouillard ou, aux deux guides de voyage de référence

¹¹ Cohen, Erik. « Toward a Sociology of International Tourism ». *Social Research* 39 (1972).

¹² Cohen, Erik. « Nomads from Affluence: Notes on the Phenomenon of Drifter-Tourism. » *International Journal of Comparative Sociology* 14, no 1-2 (1973).

¹³ MacCannell, Dean. « Staged Authenticity: Arrangements of Social Space in Tourist Settings ». *American Journal of Sociology* 79, no 3 (novembre 1973): 589-603.

¹⁴ Ateljevic, I., and S. Doorne. « Tourism as an Escape: Long-Term Travelers in New Zealand. », *Tourism Analysis*, 5 (2000): 131-36.

créés en 1973 : le Guide du Routard et le *Lonely Planet*. A la fin des années 1980, E. Cohen souligne la dimension protéiforme et évolutive des *drifters* dont les profils deviennent homogènes. Cette évolution complexifie leur définition. Si les travaux des années 60 à 70 permettent de poser un cadre épistémologique, ils restent insuffisants compte tenu des évolutions constantes.

I.1.2. De la fin des années 1980 à la fin des années 1990 : une nouvelle conception et institutionnalisation des notions de *backpacker* et de *backpacking*.

L'évolution des formes à la fin des années 1980 conduit les chercheurs à redéfinir le *backpacker*. Cette période est marquée par plusieurs phénomènes à savoir : l'institutionnalisation du terme de *backpacker*, une hétérogénéité croissante des profils, leur revendication d'un écart vis-à-vis des touristes, une temporalité du voyage plus longue, la formation d'un nouveau marché touristique et la massification de l'usage des guides.

En 1988, Riley redéfinit les « *wanderers* » en « *long term budget travelers* »¹⁵. Ce changement de terme met l'accent sur la volonté de l'individu de rompre avec la monotonie du quotidien en partant pour une longue période, environ un an, avec un budget restreint. Face à ces nouvelles pratiques, il repense la première typologie de Cohen en énonçant que ces jeunes s'éloignent du tourisme non institutionnalisé pour deux raisons : ils ne portent aucune logique de contre-culture mais plutôt des motifs personnels de découverte. Ils développent plus de relations entre eux qu'avec les locaux en s'opposant au tourisme de masse. Cette reformulation semble contester l'idée que ces jeunes portent une contre-culture. Pourtant, ils partent pour rompre avec leur vie quotidienne ce qui signifie qu'ils ne sont plus en accord avec leur culture et mode de vie actuel. C'est dans cette logique que le caractère de rite de passage du *backpacking* prend son sens. L'idée est d'effectuer une rupture par l'introduction d'une parenthèse qui est, en réalité, un passage vers autre chose. En effet, elle ouvre sur un passage vers quelque chose de nouveau et non, un retour à la normal.

En 1990, Pearce¹⁶ propose une définition du *backpacker* selon cinq caractéristiques. Cette conception va être considérée en tant que définition institutionnelle par son introduction dans la

¹⁵ Riley, Pamela J. « Road culture of international long-term budget travelers ». *Annals of Tourism Research* 15, n° 3 (1988): 313-28.

¹⁶ Op.cit. [8]

littérature académique qui bénéficie alors d'une définition à un concept. Suivant une approche biographique, le *backpacker* se définit par :

1. une préférence pour les hébergements les moins chers ;
2. un rejet systématique des emplois du temps ;
3. un départ pour une période relativement longue ;
4. une valeur essentielle accordée à la socialisation, rencontre des autres ;
5. le désir de vivre des aventures, de saisir des opportunités variées.

Si les caractéristiques une, deux et cinq semblent restées des constantes, les trois et quatre sont nouvelles dans leur caractère systématique. La volonté de partir plus longtemps peut faire suite à un besoin plus intense de rompre avec son quotidien, tandis que la valeur associée à la socialisation atteste de l'émergence d'une communauté de *backpackers* qui se retrouve dans un lieu étranger pour se rencontrer et non pour vivre avec les locaux. L'institutionnalisation de cette conception suscite des réactions chez les chercheurs. Par souci de clarté et de représentativité, nous en avons sélectionné deux : l'une approfondissant sa définition, l'autre critiquant ses conséquences.

On retrouve les critères identifiés par Cohen, confirmés par Pearce, d'une faible organisation sur place mais de fortes interactions entre eux. On peut ici émettre l'hypothèse que cette faible organisation se fait en réponse à la volonté de rompre de façon efficace et significative avec leur quotidien. Celui-ci est organisé jour par jour, voire heure par heure avec le travail ou les cours, les trajets. Pour ne pas ressentir ce quotidien le *backpacker* n'a pas d'emploi du temps fixé en amont. Un sentiment de liberté émane de lui-même. En parallèle, il entretient des interactions culturelles fortes avec les autres *backpackers* et/ou les locaux.

En 2003, Olivia Jenkins publie l'article « *Photography and travel brochures: the circles of representation* »¹⁷ dénonçant l'institutionnalisation de la conception du *backpacker* par Pearce qui a conduit à considérer le *backpacking* comme un marché dès 1997. L'essor de ce phénomène peut conduire les autorités à les considérer comme un marché touristique nouveau, à développer pour élargir leur destination. Cette période est marquée par une massification de l'usage des guides touristiques et une mythification des figures de voyage.

¹⁷ Jenkins, Olivia. « Photography and Travel Brochures: The Circle of Representation ». *Tourism Geographies* 5, n° 3 (janvier 2003): 30528.

I.1.3. Depuis le début des années 2000 : l'essor d'une figure postmoderne du *backpacker* formant un groupe de plus en plus hétérogène et proche de celle du touriste.

Depuis le début des années 2000, le paradoxe de la reconnaissance officielle du *backpacking* se fait ressentir par un effet de massification attesté par l'usage systématique du Guide du Routard et du *Lonely Planet*, aussi bien par les *backpackers* que par les touristes. Les publications des années 2000 mettent en avant l'apparition de nouvelles caractéristiques chez le *backpacker* qualifié d'un « *post modern backpacker* ». Les premiers à en présenter les nouveautés sont Ateljevic et Doorne en 2001¹⁸. Selon eux, leurs motivations font suite à un sentiment d'aliénation du système occidental. Il s'agirait surtout de jeunes issus de classe moyenne, ayant fait des études, qui ressentent une certaine insatisfaction avec leur quotidien. Cette insatisfaction les conduit à effectuer une rupture avec un modèle de vie : le modèle occidental. D'autres travaux alimentent cette idée de rupture : en 2003, O'Sullivan¹⁹ parle d'un sentiment de perte d'identité ; Sorensen²⁰ évoque la quête de liberté, d'indépendance ; quant à Maoz²¹, en 2008, il parle de la rencontre d'un moment de crise qui pousse au départ. Cette rupture se fait toujours, selon Murphy²² en 2001, dans un discours d'un voyage dont les pratiques sont distinctes des pratiques du touriste.

Ces publications des années 2000 marquent l'essor de nouvelles caractéristiques pour définir ce « *post modern backpacker* ». Un *backpacker* occidental a pour motivation première, le besoin de rompre avec son quotidien mais, par distinction au touriste, cette rupture porte une forte dimension psychologique, à savoir : la volonté de rompre avec un modèle sociétal qui régit chaque temps de la vie quotidienne provoquant un sentiment de perte d'identité chez le jeune. Il aspire, via ce rite de passage, à partir loin. La distance est significative d'une mise à l'écart d'un modèle de vie pour adopter de nouvelles pratiques associées à de nouvelles rencontres.

¹⁸ Op.cit [12]

¹⁹ O'Sullivan, Edmund. « Bringing a Perspective of Transformative Learning to Globalized Consumption ». *International Journal of Consumer Studies* 27, n° 4 (septembre 2003): 32630.

²⁰ Sørensen, Anders. « Backpacker Ethnography ». *Annals of Tourism Research* 30, n° 4 (octobre 2003): 84767.

²¹ Maoz, Darya. « Backpackers' Motivations the Role of Culture and Nationality ». *Annals of Tourism Research* 34, n° 1 (janvier 2007): 12240.

²² Murphy, Laurie. « Exploring Social Interactions of Backpackers ». *Annals of Tourism Research* 28, n° 1 (janvier 2001): 5067.

I.2. La conception du *backpacker* occidental du 21^e siècle : une figure hybride dans le domaine du tourisme par ses pratiques et ses discours.

En croisant la totalité des entretiens effectués, il nous est possible de concevoir les caractéristiques accordées au *backpacker* occidental. Pour cela, deux questions ont été posées à savoir : donner trois mots-clés associés au mot *backpacker* et les différences perçues ou non avec un touriste et un *traveler*. L'opposition avec ces deux figures est intéressante dans la mesure où elle fait débat à ce jour. A ce sujet, Jean-Didier Urbain²³ a analysé cette opposition entre le voyageur et le touriste. Il défend l'idée que le tourisme est le fruit d'une création occidentale tout comme son mépris. La société occidentale est créatrice et destructrice. Selon lui, le touriste "*procède d'une déchirure de la conscience occidentale qui peut se résumer ainsi : si l'Europe a inventé le tourisme à l'aube du 19^e siècle, elle a bien vite renié cette invention et semble depuis ne vouloir cesser de s'en repentir*" (p.13). Si J-D Urbain peut avoir raison de souligner la porosité des différences entre ces figures, il n'en demeure pas moins que leurs différences sont inscrites dans la mentalité de la société mais surtout, que certaines pratiques attestent leur distinction. Il semble pertinent de dissocier ces figures et d'en dresser une typologie. En effet, l'analyse comparative des réponses obtenues du côté des vingt *backpackers* interrogés et des sept responsables d'auberge a confirmé des pratiques et imaginaires distincts selon le nom donné au « voyageur ». En cela, elle nous a conduits à la conception d'un tableau bilan qui se lit selon trois thématiques de l'expérience *backpacking*, à savoir : la nature du voyage en lui-même, les mobilités/pratiques sur place et le type de socialisation.

I.2.1. La nature du voyage : le *backpacker* s'identifie plus à la figure du *traveler* qui l'éloigne de celle du touriste.

« *C'est un esprit de vie à part* » s'exclame Alizée (départ en Australie en octobre 2019 pour 1 an, interviewée par appel vidéo en novembre 2020) pour définir la figure du *backpacker* qui vit dans une « *ambiance à l'australienne* » là où le touriste, selon elle, « *n'est pas dans l'ambiance australienne* ». Lui, il « *ne va pas vivre avec les Australiens mais être dans sa bulle et son confort* ». L'opposition entre *backpacker* et touriste est déjà forte. En d'autres termes, la nature même du voyage est distincte : alors que le touriste est ici en vacances ou en séjour, le *backpacker* est en voyage ou en *roadtrip*. Cette opposition se poursuit sur plusieurs plans à savoir :

²³ Urbain, Jean-Didier. *L' idiot du voyage: histoires de touristes*. Repr. Petite bibliothèque Payot Documents, [N.S.] 166. Paris: Payot, 2002.

- la temporalité : longue et inconnue souvent pour le *backpacker* contre courte et déterminée pour le touriste ;
- la tranche d'âge : des jeunes pour le premier contre des adultes/familles chez les touristes ;
- le budget accordé : petit pour les *backpackers* contre élevé chez les touristes ;
- les objectifs visés : faire des rencontres est une priorité pour les uns alors que les autres viennent pour visiter ;
- pour finir, le degré d'équipement : il est très faible avec juste un sac-à-dos pour ces jeunes associés à des « *troubadours* » par Jade alors qu'il est élevé chez le touriste qui vient avec sa valise pleine.

Bob, responsable d'une auberge depuis 15 ans (réponse aux questions par email), confirme qu'un "*tourist escapes their regular routine to have a break. They often try to be as comfortable as possible and spend a relaxing week away from their regular responsibilities*". Cet écart dans la nature du voyage entre ces deux figures rejoint les propos de Jean-Didier Urbain²⁴ qui défend l'idée que le *backpacker* s'éloigne de la figure du touriste pour se rapprocher de celui du voyageur, ici dénommé *traveler*. En effet, les caractéristiques accordées au *traveler* se rapprochent du *backpacker* mais sont distinctes. Tout d'abord, pour les *travelers*, si la temporalité est aussi longue, elle est souvent définie dans la mesure où l'objectif est vraiment de voyager plus que de faire des rencontres. Il s'agit plus souvent de jeunes adultes, ayant plus de 30 ans, et de couples qui possèdent un budget et un degré d'équipement plus important. Ils peuvent avoir un véhicule avec eux et du matériel de camping. En résumé, comme l'explique le couple de Pauline et Thomas (ils sont partis 1 an en Australie, réponse par appel vidéo en novembre 2020), le *traveler* désigne une personne qui est là « *vraiment pour voyager* » et rien d'autres. Hélène et Solène (deux copines parties 2 mois en 2018, interviewées séparément par appel vidéo en décembre 2020), qui en ont rencontrés en auberge de jeunesse, ont fait cette expérience d'un couple de *traveler* qui était là pour passer la nuit à l'auberge avant de reprendre la route le lendemain vers une destination précise et non, pour faire des rencontres ni même discuter. En définitive, sur le plan de la nature du voyage, le touriste s'oppose totalement à la figure du *backpacker* qui se rapproche de celle du *traveler*.

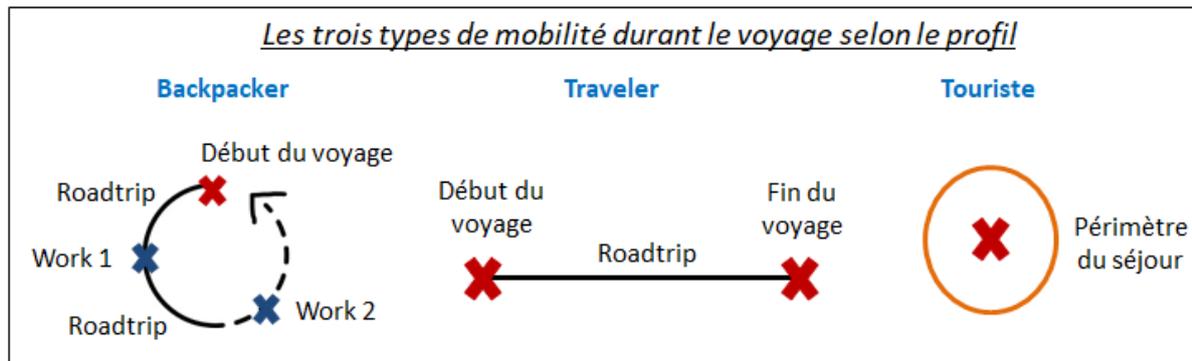
²⁴ Ibid. [21]

1.2.2. Les pratiques et mobilités sur place : l'hybridité du *backpacker* dans le monde du voyage.

« En tant que *backpacker*, tu vas dans des endroits moins fréquentés comme c'est les *backpackers* qui vont te donner des bons plans » explique Aude au sujet des lieux visités (jeune fille partie 1 an en janvier 2016, interviewée par appel vidéo en novembre 2020). Ici, elle évoque un point intéressant du *backpacking* à savoir, le rôle du bouche-à-oreille fortement utilisé alors qu'il l'est moins chez les *traveler* et quasi-absent pour les touristes. C'est ce qui permettrait aux *backpackers* de se rendre dans des lieux en-dehors des sentiers battus au sens où ils ne sont pas fréquentés par les touristes. Cette distinction a été pointée et critiquée par J-D Urbain qui dit qu'il s'agit d'une stratégie élaborée pour trouver « l'intervalle, l'interstice où peut encore survivre l'aventure », par distinction au touriste. Si il est difficile de savoir si la géographie du *backpacker* recoupe celle du touriste, on peut supposer que, si d'un côté, le rôle des réseaux sociaux sur le partage de lieux à visiter limite cette possibilité, de l'autre côté, la nature même d'un voyage plus long chez le *backpacker* lui offre plus de possibilités pour découvrir ce genre de lieux là où le touriste va privilégier les incontournables. Nous reviendrons plus tard sur la géographie du *backpacking*.

Quant au degré de planification du voyage, le *backpacker* est aux antipodes des autres figures. Il n'a pas vraiment d'organisation en amont, ou quelques nuits, quelques idées mais il évolue selon les conseils des autres. A la question « saviez-vous où vous vouliez aller en Australie ? », plusieurs interviewés répondent vaguement « la côte Est », ou encore « on savait seulement qu'on voulait faire la côte Est » mais rien de très précis. A l'inverse, l'itinéraire du *traveler* est précis et défini en amont et le touriste détient une organisation totale de son voyage. Selon les mots de Constance, le *traveler* possède « un objectif précis sur place avec un trajet de prévu » ce qui, selon elle, lui donne l'avantage de ne pas vivre de « galères » comme en a souvent le *backpacker*. Constance est partie un an en Australie courant 2015. Je l'ai interviewée via un appel vidéo en octobre 2020. Sur le plan des mobilités et des pratiques associées (lieu de vie, temps de travail, activités/visites), elles sont distinctes pour chaque profil comme l'explique le schéma ci-dessous :

Figure 2 : *Schéma présentant les types de mobilités de chaque profil. Réalisation personnelle sur Powerpoint.*



La dimension cyclique est propre au *backpacking* comme l'illustre les propos de Cyril : « *on se pose dans un endroit, on trouve un boulot, on va ailleurs, on rencontre de gens avec un gros sac, peut être une voiture. Il faut être toujours prêt à partir* ». Cyril est parti pour un an avec sa copine en Australie courant 2020. Son voyage est encore en cours. Je l'ai interrogé par appel vidéo en octobre 2020. Tandis que la linéarité du *traveler* est confirmée par les propos de Bob : « *A traveller will follow the path and see the sites that they expect to see* » ; la quasi-absence de mobilité du touriste est affirmée par la réponse de John : « *The tourist is on the other side if these, one difference is engagement, tourist lives on the surface, it lives but it doesn't engaged with the place you know* ».

Ensuite, à chaque mobilité correspond un temps de travail où seul le *backpacker* peut travailler autant que voyager là où ce n'est pas toujours le cas pour le *traveler* comme l'explique Carly « *A traveler is similar [to a backpacker] but maybe only staying a few months, has saved for the trip, doesn't necessarily need to work, just trips around, seeing lots of places in a shorter amount of time* ». Carly travaille dans une auberge depuis dix ans où elle en est la directrice depuis mars 2020. Elle m'a répondu par email. Le touriste quant à lui, ne travaille jamais.

Concernant les activités effectuées, nous ne serons pas exhaustifs ici à ce sujet mais il est certain que les activités gratuites sont privilégiées chez le *backpacker* en raison du budget. Maggie explique : « *a backpacker is more budget conscious, they are probably more able to do activities on nature based because of the budget* ». Maggie est directrice de l'auberge depuis 29 ans. J'ai pu m'entretenir avec elle lors d'un appel vidéo en octobre 2020. L'Australie, en tant que destination nature, s'y prête bien. Nous reviendrons sur ces caractéristiques plus tard.

1.2.3. Le fort degré de socialisation : une singularité du *backpacker*.

Pour finir, sur le plan du degré de socialisation, le *backpacker* est une figure qui se distingue des autres par le degré et la nature des rencontres qu'il aspire à réaliser et qu'il effectue. A ce titre, les propos de Joseph sont très évocateurs (Joseph est parti en Australie en février 2020 et il y est encore à ce jour. J'ai pu l'interroger par appel vidéo en octobre 2020) :

- Le *backpacker* est « *celui qui est là* » au sens où il est toujours présent avec ceux qui l'entourent. La rencontre avec d'autres *backpackers* est privilégiée sur celle des locaux dans la mesure où ils fréquentent surtout des auberges de jeunesse ou des logements collectifs, partage d'espaces communs voire les chambres. Ces auberges sont une forme de chez eux, lieu de la communauté des *backpackers*. Pour autant, ils évoquent ne pas être contre rencontrer des Australiens, ce sont juste les occasions qui manquent. Nous reviendrons sur ce fait plus tard.
- Le *traveler* est « *celui qui est dans le roadtrip* » au sens où il est là pour être sur la route, pour voyager. Il privilégie avant tout la rencontre d'Australiens et des hébergements individuels ou alors que les espaces communs partagés ou dans leur propre véhicule. Le *traveler* reste avec son ou ses compagnon(s) de voyage.
- Le touriste est « *celui qui est en survol* » : il ne cherche pas forcément à faire de rencontres. Il est là pour découvrir le lieu où il réside dans un hébergement singulier, souvent hôtel ou Airbnb.

Si le *backpacker* partage avec le *traveler* l'envie de faire des rencontres, le fort degré de socialisation du *backpacker* le distingue des autres. L'ensemble des interviewés témoigne de leur envie de rencontrer d'autres jeunes comme eux, d'échanger au sein des auberges, de vivre en communauté avec les autres.

Figure 3 : Nuage des mots revenant le plus pour définir l'esprit *backpacker* selon nos 20 interviewés.

Réalisation personnelle à l'aide du site internet :

<https://nuagedemots.co/>.

L'esprit *backpacker* peut-être résumé par ce nuage de mots proportionnel au nombre d'occurrence des mots clés pour le définir. On retrouve l'ensemble des caractéristiques évoquées.



De cette façon, le *backpacker* apparaît véritablement comme une figure hybride dans le monde du voyage en ce qu'il est sur le plan :

- De la nature du voyage : opposé au touriste mais proche du *traveler* ;
- Des pratiques et des mobilités sur place : entre les deux ;
- Du degré de socialisation : distinct du touriste et du *traveler*.

En somme, si ces catégories sont critiquables de façon justifiée, il n'en demeure pas moins qu'elles existent aussi bien dans les imaginaires de la société, que dans les pratiques réalisées lors d'un voyage. Ces typologies sont intéressantes à penser et à approfondir pour appréhender la réalité des pratiques variées lors d'un voyage. D'autant que la figure du *backpacker* est hybride.

A présent que nous avons pu esquisser le portrait du *backpacker*, en regard à celui du touriste et du *traveler*, perçu par ces *backpackers* français et les quelques responsables d'auberge de jeunesse, nous allons nous intéresser à la définition même de vivre une expérience *backpacking* en Australie.

I.3. La destination australienne : une « île continent » prisée par les jeunes *backpackers* français pour une expérience *backpacking* singulière.

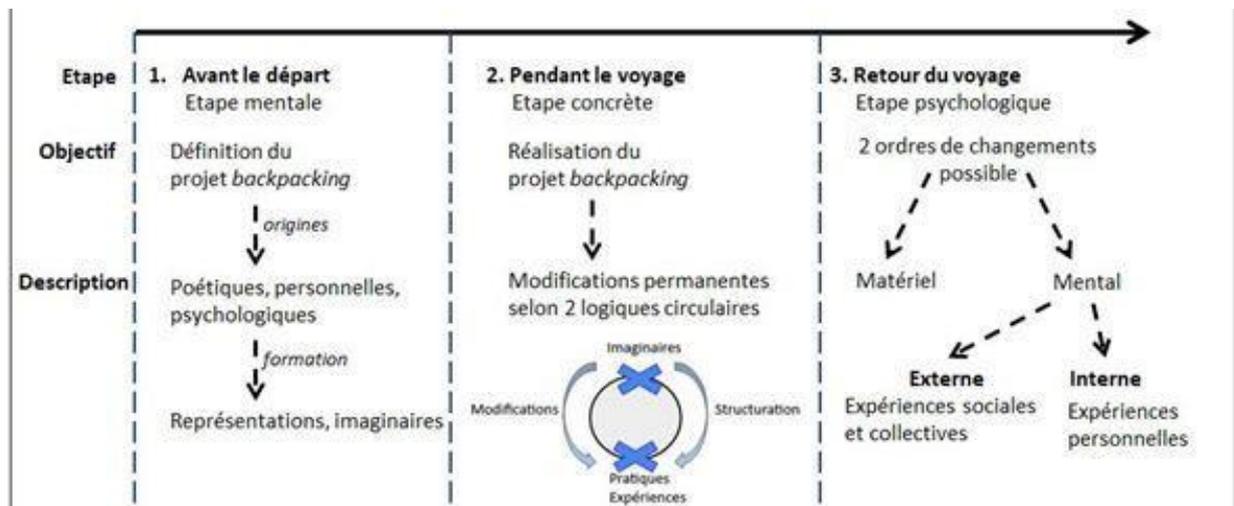
Tout d'abord, l'expérience *backpacking*, peu importe la destination, s'inscrit dans une temporalité ternaire avec : un avant, un pendant et un après. Nous allons décrire précisément les modalités de chaque étape. Puis, nous avons sélectionné trois guides de voyage dont l'analyse photographique et textuelle va nous permettre de saisir les caractéristiques de la destination australienne en mettant en avant les imaginaires construits autour. Enfin, la comparaison de plusieurs recherches sur le *backpacker* en Australie va nous permettre de préciser le profil de ces jeunes français tout en réfléchissant sur la dimension paradoxale de cette destination pouvant être assimilée à une destination occidentale. Ce paradoxe sera éclairé à la lumière des témoignages des responsables des auberges interrogés.

I.3.1. Le projet de *backpacking* en Australie : un projet inscrit dans une temporalité ternaire.

Afin de caractériser le terrain australien, il convient de préciser la temporalité de la pratique du *backpacking*. Elle implique une temporalité ternaire qui suit la logique du voyage : avant le départ, le pendant (durée du voyage) et l'après, correspondant au retour à son pays de résidence. Nous allons

expliciter cette temporalité comme l'a fait Gwendal Simon²⁵ dans sa thèse pour étudier leurs caractéristiques et enjeux. Nous allons les présenter successivement en plus de les illustrer par la frise ci-dessous :

Figure 4 : Frise chronologique présentant la temporalité ternaire de l'expérience backpacking.
Réalisation personnelle sur Powerpoint.



Étape 1- Avant le départ :

Étape première sur le plan chronologique et structurel dans la définition du projet intentionnel en fonction des imaginaires sur la destination choisie et des motivations. Sur le plan chronologique, il s'agit de la première étape à durée variable, propre à chacun. La temporalité est fonction de l'antériorité de l'envie de partir : cela peut émaner d'un rêve d'enfant ou d'une envie soudaine suite à un bouleversement. Ces origines incarnent le plan structurel qui revêt une forme assez poétique, psychologique et personnelle comme inconsciemment collective. Poétique dans les références artistiques, littéraires mobilisées par l'individu pour forger ses imaginaires, ses représentations. L'image de Kerouac baroudeur en est un bel exemple. Psychologique et personnelle, dans l'interprétation de chacun. Pour reprendre la théorie de Bourdieu présentée dans *La distinction*²⁶, chaque individu acquiert des capitaux de nature et de volume différents, la mobilisation ne sera pas la même. Néanmoins, inconsciemment, une dimension collective intervient dans les mœurs

²⁵ Simon, Gwendal. « Les backpackers à l'épreuve de la métropole parisienne. L'expérience touristique, entre formes institutionnalisées et visites pour soi. E., GRAVARI-BARBAS M. et FAGNONI. Paris, tourisme, métropolisation, ». Belin, 2013.

²⁶ Bourdieu, Pierre. 1979. *La distinction: critique sociale du jugement*. Le Sens commun. Paris: Éditions de Minuit.

sociétales qui surplombent l'individu et le détermine dans ses imaginaires, représentations. Ses envies peuvent résulter inconsciemment d'un effet de mode. Il s'agit d'une étape mentale faite d'imaginaires et de représentations. J-D. Urbain²⁷ parle de « *mise en intrigue du monde* ». Selon G. Simon, elle est à dominance personnelle et mémorielle : l'individu est acteur de sa formation. J'ajouterai que cette étape comporte une double dimension : externe dans l'apport de capitaux par l'environnement de l'individu qui façonne ses imaginaires, et interne, dans l'interprétation personnelle qu'il en fait. Il s'agit d'un avant au sens chronologique et structurel dans la prise en compte des éléments qui définissent l'individu.

Etape 2- Pendant le voyage :

Moment d'une durée plus ou moins longue où le *backpacker* expérimente/pratique la destination. Elle est la réalisation concrète de ses attentes sur le terrain lui procurant des souvenirs matériels et mentaux. C'est une période charnière marquée par un cercle de processus qu'il convient de préciser. Nous avons vu qu'avant de partir, l'individu détenait des imaginaires et des représentations, certains peuvent même le dépasser. Une fois sur place, des processus complexes s'enclenchent au sens où, l'arrivée sur place va actualiser ses imaginaires qui vont se modifier et façonner de nouvelles pratiques. Si certains restent inchangés, d'autres évoluent sous divers facteurs : des rencontres sur place, des prises de conscience sur la réalité du lieu, des offres touristiques proposées et bien d'autres. Comme le soulignent Maria Gravari-Barbas et Nelson Graburn dans l'article *Imaginaires Touristiques*²⁸, « *les imaginaires des lieux, des destinations et des voyages sont produits et consommés par diverses populations autour du globe, par l'intermédiaire du rôle croissant des médias et des opportunités de voyage* » si bien qu'ils sont cessés amenés à évoluer, se transformer selon chacun et la confrontation au terrain. Cette période est marquée par l'activation d'un véritable cercle mobile, conceptualisé par O Jenkins²⁹, où imaginaires et pratiques se répondent en continu avec des modifications permanentes en interne, dans la pensée de l'individu, et en externe, dans ses pratiques effectives. Ce cercle est double, comme on peut le voir sur le schéma ci-dessous, et se lit selon deux positions, à savoir :

- le cercle herméneutique où l'imaginaire structure le rapport au tourisme ;

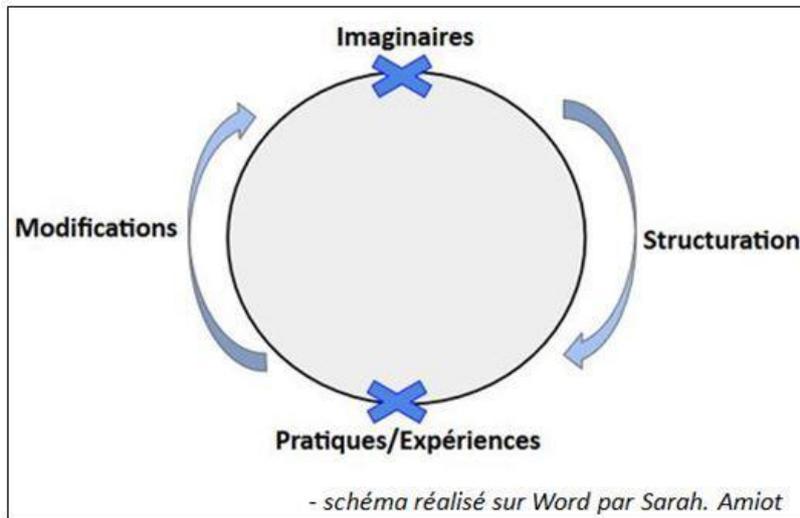
²⁷ Op.cit. [21]

²⁸ Gravari-Barbas, Maria, et Nelson Graburn. « Imaginaires touristiques ». *Via Tourism Review*, n° 1 (16 mars 2012). <https://doi.org/10.4000/viatourism.1178>.

²⁹ Jenkins, Olivia. « Photography and Travel Brochures: The Circle of Representation ». *Tourism Geographies* 5, n° 3 (janvier 2003): 305-28. <https://doi.org/10.1080/14616680309715>.

- le cercle expérientiel où les expériences/pratiques transforment, remettent en cause les imaginaires et modèles.

Figure 5 : Schéma du double-mouvement, double-cercle, en vigueur pour définir les imaginaires, les pratiques et les expériences d'un backpacker. Réalisation personnelle sur Word.



Etape 3- L'après voyage :

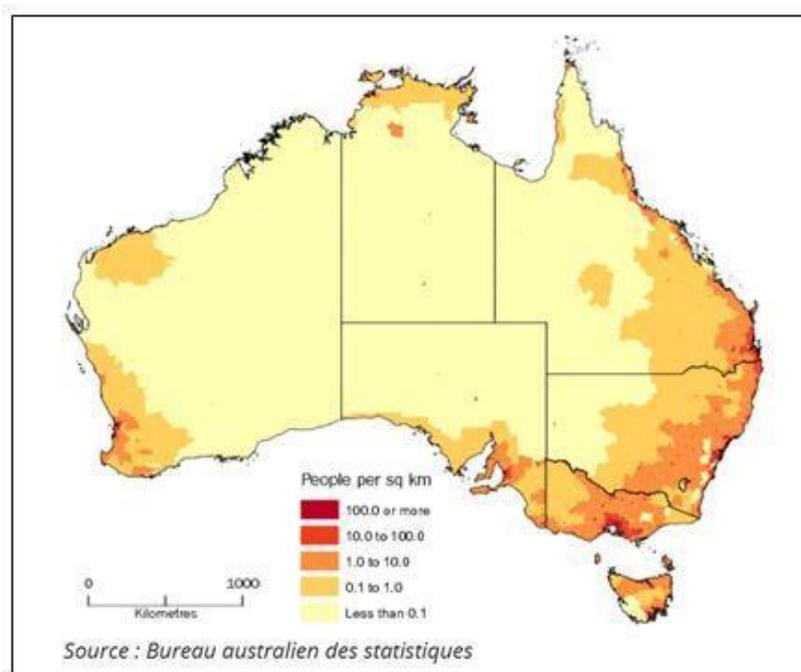
Retour chez soi qui soulève l'enjeu de voir si, oui ou non, le *backpacker* connaît des transformations dans sa vie quotidienne, à la fois psychologiques et matérielles. Les changements peuvent être de deux ordres : matériel et mental. L'ordre matériel fait référence à l'ensemble des souvenirs matériels ramenés par l'individu comme des photographies, des objets... L'ordre mental quant à lui, désigne les souvenirs ancrés dans la mémoire de l'individu : des images, des souvenirs de paroles, d'échanges, des visages rencontrés. Ces apports matériels et mentaux permettent de prolonger le voyage, de le partager avec ses proches. Il s'agit d'une étape à dominance collective et sociale selon G. Simon³⁰. L'individu cherche à « *faire exister le voyage au regard des autres* ». A cette dimension proposée par G. Simon, que je qualifierai d'externe, j'ajouterai une dimension interne à l'après-voyage. Elle ferait référence à l'ensemble des transformations psychologiques de l'individu. Je fais l'hypothèse que le jeune rentre changé : nouvelle définition de soi, nouvelles valeurs... Cette période comporte une double-dimension : externe, dans l'expérience sociale et collective que l'on partage avec ses proches, et interne, dans l'expérience personnelle et psychologique qu'on en garde.

³⁰ Op.cit [23]

I.3.2. Le choix d'une destination paradoxale par les images transmises dans les guides : entre singularité et familiarité de l'Australie pour ces jeunes français.

Mais pourquoi choisir l'Australie, pays occidental, comme destination *backpacking* ? Nous ne convoquerons pas ici les ressentis des *backpackers* interrogés mais nous nous concentrerons sur les imaginaires construits et transmis autour de la destination par les guides touristiques. Avant tout, il convient de rappeler que l'Australie est à elle seule une « île-continent » avec une topographie singulière : un centre quasi désertique face à des littoraux urbanisés, notamment la côte Est comme le montre la carte de la densité de population ci-dessous.

Carte 1 : Carte de la densité de la population australienne (nbr d'habitants/km²).



En raison de l'exhaustivité des guides et la situation sanitaire m'empêchant de me rendre en Australie, j'ai décidé de centrer mon analyse sur trois guides touristiques pour en faire une analyse comparative. Il s'agit du : Guide du Routard « Australie Côte Est + Red Centre (Uluru/Ayers Rock) » 2017/2018 de 83 pages ; Guide Michelin - Guide Vert « Australie », 2018, de 614 pages ; et du Lonely Planet, « Australie », 2015, 1141 pages. Le premier élément qui saute aux yeux c'est le choix des photographies en page de couverture des guides : uniquement des photos de paysage très évocateur de l'aventure, de l'expérience *roadtrip*.

Image 1 : Page de couverture des trois guides analysés.



- LonelyPlanet : photographie du paysage montagneux des « Blue Mountains » aux environs de Sydney.
- Michelin : photographie d'un panneau de prévention de kangourous avec une route semblant infinie en arrière-plan.
- Le Guide Du Routard : photographie d'une route au premier plan qui mène directement au pied d'Uluru, le mythique rocher sacré des Aborigènes au centre de l'Australie.

La couverture de ces guides annonce la couleur aventure, itinéraire/*roadtrip* et nature de la destination qui est confirmée par les coups de cœur présentés. On en compte 62 en tout que nous avons classés selon deux grilles de lecture (*cf tableau 1 ci-dessous*) : géographiquement selon leur territoire de localisation et thématique selon la nature du coup de cœur. L'analyse géographique sera présentée ultérieurement dans le cadre de la géographie du *backpacking*. En revanche, la répartition thématique a été réalisée en six types d'activité/expérience selon quatre types d'environnement comme l'indique le tableau ci-dessous. Si on remarque un certain équilibre dans la répartition des environnements, ce n'est pas le cas du côté des activités. En effet, celles de type visuelle où il s'agit de profiter des paysages australiens prédominent et sont au nombre de 19 sur 62, tout comme les activités insolites au nombre de 15. La prédominance des coups de cœur « visuels » atteste du caractère « *nature-based* » de la destination australienne. Cette dimension atteste de la singularité de l'Australie ce qui attire les *backpackers*.

Tableau 1 : Répartition des 62 coups de cœur des trois guides selon le type d'environnement et la nature de l'activité/expérience réalisée. Réalisation personnelle sur Excel.

Activité/expérience	Urbain (grande ville)	Rural/Bush (villages, nature isolée, désert, bush)	Montagnard (montagnes, forêts, reliefs)	Littoral (côtes, falaises)	Total
Animalières (animaux emblématiques)	0	1	1	4	6
Culturelle (découverte)	6	0	0	0	6
Visuelle (paysages, caractère extraordinaire)	0	6	5	8	19
Sportive (sensations fortes)	0	1	6	1	8
Insolite	4	3	4	4	15
Expérientielle (appel à tous les sens, apprentissages, savoir-faire, curiosité)	3	3	1	1	8
Total	15	14	19	14	62

De plus, chaque guide se découpe en territoire avant de présenter la ville principale de chacun d'entre eux puis les autres lieux. Si chaque territoire possède des caractéristiques singulières apportant un imaginaire singulier dans l'esprit du *backpacker*, il n'en demeure pas moins que ce sont des imaginaires autour de la richesse de la nature, de la faune et de la flore et du *roadtrip* qui prédominent par l'évocation de routes mythiques comme la *Great Ocean Road*. L'analyse croisée des trois guides nous a permis de dresser l'identité de chacun des huit territoires australiens en formulant les imaginaires et attentes du *backpacker* (cf tableau annexe 2).

Enfin, si l'Australie est singulière pour sa dimension « *nature-based* », il n'en demeure pas moins qu'elle peut être familière pour ces jeunes français sur le plan urbain. En effet, la description des villes australiennes sont le reflet du monde occidental mais avec un mode de vie décontracté assimilé à l'*Australian way of life*. Nous pouvons distinguer deux types de ville : celles du premier rang qui sont les capitales des Etats assimilées à des villes modernes avec un *Central Business District* comme Sydney ; et les villes de second rang qui sont surtout les petites stations balnéaires le long de la côte Est avec une ambiance décontractée. Cette ambiance est vendue comme étant le supposé reflet du mode de vie des *backpackers*. Pour ne pas être exhaustif à ce sujet, nous allons nous focaliser sur la caractérisation des villes de premier rang dans les guides à savoir : Sydney, Melbourne et Brisbane, les trois portes d'entrées majeures des étrangers dans le pays. Il est intéressant de noter qu'elles sont toutes comparées de façon méliorative au mode de vie occidental. Sydney est vendue comme une « *icône mondiale, individualiste* » et appartenant au « *Vieux Monde* ». Elle serait « *obsédée par l'argent et le paraître [en étant] la capitale financière du pays* », une ville « *clinquante et américanisée* » selon le guide Michelin. Son visage occidentalisé est plus qu'affirmé et pourtant,

d'un autre côté, on lui donne un visage d'une ville où règne la « *dolce vita à l'australienne* » qui serait la « *meilleure introduction à l'Australie* ». En tant que *backpacker* français, il est intéressant de noter qu'on pourrait se sentir rassuré de ne pas être si dépaycé dans une telle ville. Il en est de même pour Melbourne qualifiée par le Routard comme la « *ville la plus européenne d'Australie* » et pour Brisbane associée cette fois-ci à une « *métropole américaine* ». Son ambiance détendue et son climat ensoleillé la rapproche de Las Vegas ou Miami aussi, le Lonely Planet parle de « *Brisvegas* » ou « *Brissie* » en assumant qu'il s'agit d'une « *véritable métropole moderne* », voire un « *Consumer Paradise* » ce qui donne une vision inquiétante d'une ville saturée de *buildings*, de gratte-ciels et de centres commerciaux selon le Guide Du Routard. En définitive, les villes australiennes emblématiques ne semblent pas si loin du système occidental dans leur fonctionnement et les guides sont clairs à ce sujet. Chacune d'entre elle est comparée à une ville européenne et/ou américaine. Il est à noter que le filtre de l'origine occidentale des guides peut jouer. Néanmoins, il convient de rappeler, même si nous le verrons plus tard, que les *backpackers* ne s'attardent pas dans les grandes villes. Aussi, leur caractère occidental ne semble ni être un élément répulsif ou attractif pour eux.

En définitive, les guides touristiques transmettent un imaginaire autour de l'Australie d'une immense destination « *nature-based* », propice à l'univers du *roadtrip* avec une faune et une flore exceptionnelle et protégée, où l'on peut trouver des villes modernes et « *occidentalisées* » dans un mode de vie cosmopolite et décontracté « *chill* » : *l'Australian way of life*.

1.3.3. Une redéfinition de la figure du *backpacker* occidental venant en Australie : rupture ou continuité avec le mode de vie occidental ?

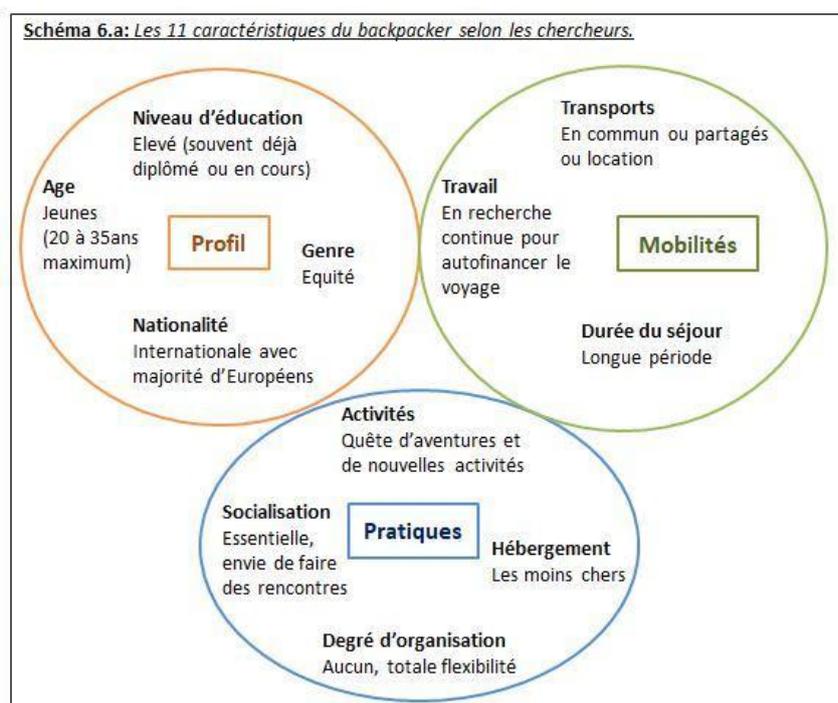
A présent, il convient de s'interroger sur les caractéristiques du *backpacker* occidental venant en Australie. Sont-elles similaires ou il y a des singularités ? De même, l'Australie, considérée comme un pays occidental, est-il en mesure de procurer ou non un sentiment de rupture aux *backpackers* envers ce mode de vie occidental ?

- **Les caractéristiques du *backpacker* occidental français venant en Australie**

Pour répondre à cette question, plusieurs études ont été menées. Nous avons déjà évoqué les cinq caractéristiques mises en avant par Pearce. Par la suite, Lee Slaughter³¹ entreprend de comparer sept études menées entre 1989 et 1999 pour dresser le profil type du *backpacker* en Australie. Il obtient alors huit caractéristiques dont seulement trois en commun avec Pearce. Enfin, ces nouvelles recherches ont poussé le BRT en 1995 et le DEWSRB en 2000³² à redéfinir cette figure selon huit caractéristiques à nouveau avec trois en commun avec Pearce et six avec Lee Slaughter. Le rassemblement et la comparaison de l'ensemble des caractéristiques nous a permis d'obtenir un profil complet du *backpacker* venant en Australie selon les chercheurs vis-à-vis de l'Australie. Au nombre total de onze caractéristiques, nous les avons rangées en trois catégories : quatre liées au profil en lui-même, quatre liées aux pratiques et trois aux mobilités comme le montre le schéma ci-dessous (*schéma 6.a*).

Figures 6 : Schémas définissant les caractéristiques du *backpacker*.

Réalisation personnelle sur Powerpoint.

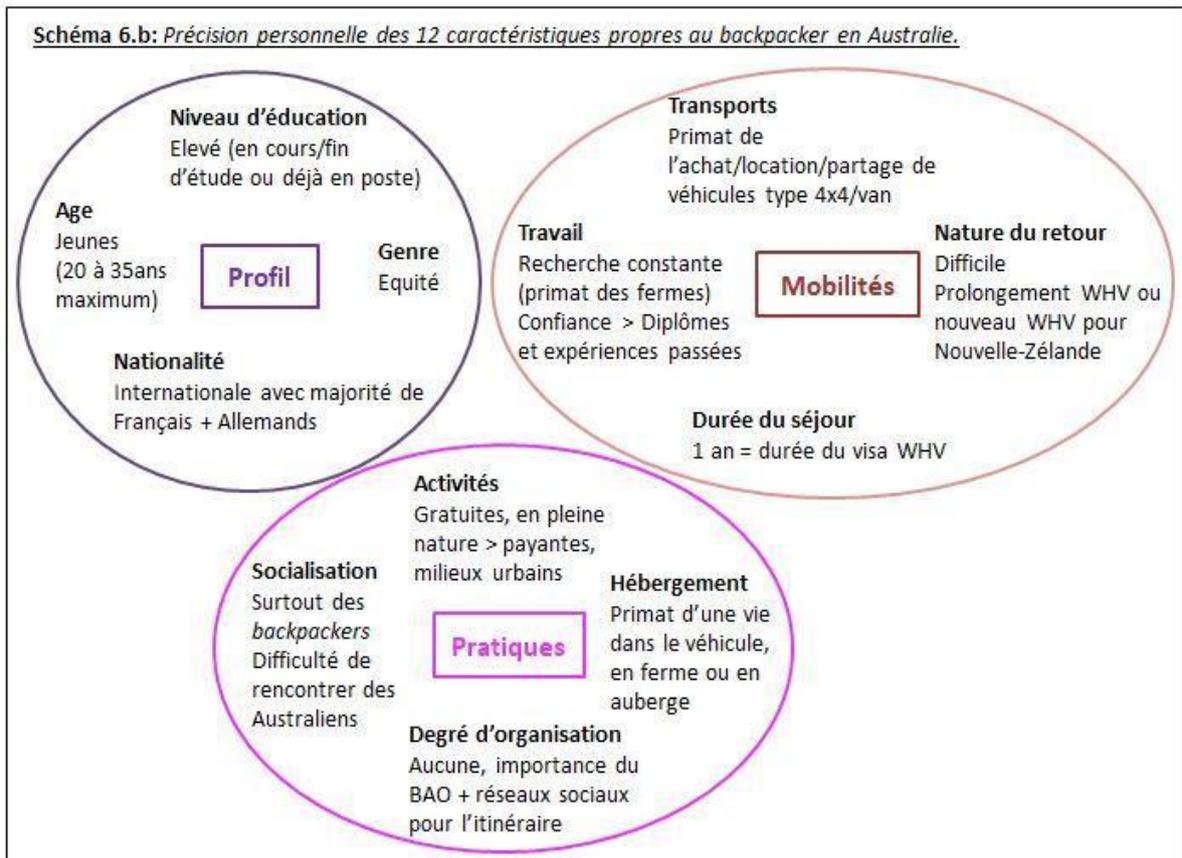


³¹ Richards, Greg, et Julie Wilson, éd. *The global nomad: backpacker travel in theory and practice*. 1st ed. Tourism and cultural change. Clevedon [England] ; Buffalo [N.Y.] : Channel View Publications, 2004 (Chapitre 10 par Lee Slaughter)

³²

Richards, Greg, et Julie Wilson, éd. *The global nomad: backpacker travel in theory and practice*. 1st ed. Tourism and cultural change. Clevedon [England] ; Buffalo [N.Y.] : Channel View Publications, 2004 (chapitre 11, p.183)

Schéma 6.b: Précision personnelle des 12 caractéristiques propres au backpacker en Australie.



Toutefois, nous avons pris le droit de préciser de nouveau ces caractéristiques afin de les faire correspondre aux attentes du *backpacker* se rendant en Australie (cf schéma 6.b au-dessus). Nous avons ajouté une caractéristique dans la catégorie « mobilités » concernant la nature du « retour » en France.

En définitive, le *backpacker* qui vient en Australie est souvent d'origine européenne, il est jeune (entre 20 et 35 ans), éduqué (en cours/fin d'études ou déjà sur le marché du travail) et il est venu pour une longue période (souvent 1 an le temps du visa *Working Holiday Visa*). Sur place, en raison d'un petit budget, il va se tourner vers les hébergements les moins chers, comme les auberges de jeunesse, et les transports les plus adaptés à sa mobilité cyclique : achat/location d'un véhicule de type 4x4 ou van. Il est venu sans emploi du temps ou itinéraire défini mais le bouche-à-oreille et les réseaux sociaux leur serviront de guide. C'est quelqu'un de flexible, qui aspire à vivre de nouvelles aventures et surtout, à faire de nouvelles rencontres, que ce soit des *backpackers* ou des Australiens. En parallèle, il est en recherche continue d'un emploi pour financer son voyage. Cette dimension de travail est importante en Australie d'où le nom *Working-Holiday Visa* (WHV). En effet, la géographie australienne du *backpacking* croise des logiques de voyage dans des lieux touristiques et d'emploi dans les espaces ruraux qui sont en recherche de cette main d'œuvre. Nous verrons plus tard comment le gouvernement a su développer des outils pour définir une offre adaptée à ces jeunes *backpackers*. Le BRT et le DEWSRB écrivent que les: « *Backpackers are very definitely on the beaten*

track with respect to employment opportunities in rural areas of Australia and arguably are not - in any real sense of the word - nomads ». On comprend que la notion « hors des sentiers battus » est incluse au sens de mobilités vers les espaces ruraux mais non au sens « nomades » visitant des lieux inconnus. Les douze caractéristiques précisées sur ce schéma (cf schéma 6.b) seront explicitées et démontrées au fur et à mesure.

- **L’Australie, un pays au modèle occidental : est-il en mesure de rompre avec le mode de vie occidental de ces jeunes Français ?**

En tant que colonie anglaise, il conviendra de voir que l’Australie possède un système proche, voire similaire à celui de l’Europe, voire de l’Occident. Néanmoins, nous verrons qu’il est possible de rompre avec ce mode de vie à travers le rythme propre au *backpacking* et aux valeurs mêmes du pays. Plusieurs témoignages vont nous aider à éclairer ces résultats.

- Par son histoire, ses origines, l’Australie est un pays occidental aux racines anglo-saxonnes, voire américaines, avec un mode de vie australien.

A la question, « diriez-vous que le mode de vie australien se rapproche du mode de vie occidental ? », les réponses des responsables d’auberges de jeunesse confirment les similitudes de mode de vie. Le premier argument convoqué est l’histoire du pays avec son passé colonial par l’Angleterre lui donnant un système social, économique et politique à l’occidental. Ce sont les mots employés par John : « *The roots of Australia, as an english colony, has an english system. In a way, it is an occidental economy* ». John est d’origine italienne, il habite et dirige cette auberge depuis des années. L’entretien a été réalisé par appel vidéo en novembre 2020. John va plus loin en affirmant que le pays propose à ces *backpackers* une « *Western Life Style* » où le système économique est similaire à celui de la France. Ces similitudes sont d’ailleurs vues comme des facteurs d’attractivité de la destination pour ces Français. En effet, Carly et John partagent l’idée que c’est rassurant pour ces jeunes qui savent à quoi s’attendre avant d’arriver. Carly énonce : « *Our ways of life are quite similar, maybe that makes people more comfortable and confident to travel here, especially alone. It’s really quite safe, our healthcare, our police, our government, are quite similar, like you in some way you know what you expect* ». Ainsi, ce rapprochement avec le mode de vie occidental peut être considéré comme un atout pour la destination. Les *backpackers* ne sont pas perdus et arrivent plus confiants en ce qu’ils connaissent le système. En effet, Constance explique que si « *la vie était différente, c’était pas en rupture avec notre vie, ce n’était pas un pays pauvre* » comme d’autres destinations. De plus, « *tu retrouves les codes anglo-saxons que tu connais aussi via les films/séries, donc tu n’es pas*

chamboulé ». D'autres *backpackers* confirment ce rapprochement comme Solène qui confirme qu' « *il y a une culture européenne omniprésente* » ou Joseph qui explique que « *c'est très occidental, ça reste un pays qui copie beaucoup l'Occident comme il est anglais de base, il copie le système anglophone* ».

Le passé colonial de l'Australie et son sentiment de similitude avec le mode de vie occidental interviennent comme des atouts pour l'attractivité du marché du *backpacking*.

- Un sentiment de rupture avec le mode de vie occidental permis par le rythme du *backpacking* couplé à l'*Australian way of life*.

Pourtant, le mode de vie australien possède des singularités qui peuvent être appréciées par les *backpackers* leur donnant le sentiment de rompre avec leur mode de vie. A commencer par le caractère des Australiens qui sont, selon John, très « *relaxed* » avec un système très méritocratique où la chance est donnée à chacun. Selon John, ces deux aspects sont essentiels et constituent un aspect de l'*Australian way of life* : « *I think travelers appreciate, well, Australia is very relaxed, it's not very formal. It is highly meritocratic. With your skills, you can do quite well* ».

Par la suite, ce sentiment de rupture est permis par le rythme même du *backpacking* qui s'éloigne de leur quotidien où Thomas confirme que si le pays reste « *assez occidental* » c'est le mode de vie qui change où « *en backpack, c'est jamais trop la routine comme on bougeait tout le temps* ». Ainsi, il semblerait que le jeune ne rompt pas « *entirely with the occidental model but definitely the way of life* », selon les mots de Diego, responsable de l'auberge depuis 22 ans (réponse par email courant décembre 2020). Diego ajoute que c'est l'occasion pour eux de « *step outside their normal world and live life* » où ils peuvent « *reinvent themselves to be whoever they want to be and not what they were at home. Away from influences of family and friends* ». Et c'est bien ce que ressentent ces jeunes comme l'affirme Angélique en disant que si l'Australie « *se rapproche de la France, c'est à la fois complètement différent, c'est le rythme qui change* ». Elle est partie un an là-bas (entretien par appel vidéo en novembre 2020). Le jeune mène une sorte de « *vie à la backpack avec toute nationalité confondue* » selon Jade, partie en novembre 2019 pour un an mais elle a dû rentrer au bout de six mois raison du Covid (entretien par appel vidéo début novembre 2020). Les propos de Jade sont très éclairants : « *Mais du coup c'est plus ce mode de vie-là qui a été intégré, la manière de vivre en backpack et pas forcément à l'occidental. On s'est adapté quoi. Cette vie-là je ne la mènerai nulle part ailleurs* ».

Le *backpacking* est choisi dans une logique de rupture avec le quotidien du jeune à laquelle s'ajoute une forte dimension psychologique de quête sur soi-même. Le jeune *backpacker* occidental marque cette rupture par la distance physique qu'il s'impose en choisissant l'Australie, destination du bout du monde. Quant à la distance psychologique, qui l'éloigne de la figure du touriste, est matérialisée par la nature de son voyage, les pratiques et mobilités singulières qu'il entreprend, et le fort degré de socialisation qu'il possède. Nous verrons qu'il existe une véritable communauté de *backpackers* en Australie. Le rythme imposé par le *backpacking* semble incarner la véritable rupture pour le jeune, un véritable mode de vie hybride.

Pour autant, l'Australie, en tant que pays anglo-saxon, leur assure une certaine familiarité qu'il conviendra de questionner. Ainsi, nous analyserons les motivations qui poussent ces jeunes *backpackers* français à choisir l'Australie comme destination.

II. Les motivations et les imaginaires de ces jeunes français face au déploiement du marché du *backpacking* en Australie : le *backpacker* français, un autoentrepreneur de son voyage autofinancé.

Au sein de cette seconde partie, nous analyserons la nature des *push* et des *pulls* facteurs qui conduisent ces jeunes français à partir faire du *backpacking* en Australie (hypothèse 1 et 2). Il s'agit d'analyser les facteurs qui forment leur motivation à partir, soit avant leur départ. Nous verrons également les façons dont ces jeunes s'organisent en amont. Enfin, nous analyserons le déploiement du marché du *backpacking* australien en regard aux attentes de ces jeunes.

II.1. Des *push* facteurs variant selon les deux profils identifiés de *backpacker* : les imaginaires liés à la destination australienne priment sur les attentes liées à la démarche personnelle du jeune.

Conformément à notre première hypothèse, il existerait des *push* facteurs, aussi appelés des facteurs d'incitation, qui interviennent comme autant de raisons de partir en *backpacking* par rapport à sa vie actuelle. Ces facteurs sont endogènes et émanent du jeune. Il existerait une hiérarchisation chez les motivations. Nous allons montrer que finalement, ce sont les motivations liées aux imaginaires sur l'Australie qui priment sur celles liées aux démarches personnelles. Dans tous les cas, le *backpacking* est défini comme un moyen de rompre avec la vie quotidienne empreinte du modèle de vie occidental en ce qu'il incarne un mode de voyage particulier.

II.1.1. Le choix du *backpacking* pour « rompre avec le quotidien » : deux profils de *backpackers* selon le sens de cette rupture mais avec des caractéristiques communes.

Les entretiens menés avec vingt *backpackers* ont révélé deux situations de départ en Australie qu'on peut assimiler à deux profils distincts. Ces deux situations sont : ceux encore étudiant ou en fin d'études ; et ceux dans le milieu du travail. Pour les différencier, le critère de l'âge ne joue pas forcément un rôle majeur dans la mesure où la situation du jeune est très variable selon son parcours

scolaire. Aussi, nous avons effectué une catégorisation en deux groupes des vingt interrogés en fonction de leur situation à savoir :

- Groupe A : ceux encore en études ou en fin d'études, au nombre de 15 (dont 8 sont en pause dans leurs études, et 5 qui ont terminé).
- Groupe B : ceux qui travaillent déjà, au nombre de 6 (*cf tableau 1 annexe 3*).

Dans chacune de ces situations, cette rupture poursuit des objectifs de mêler l'utile à l'agréable.

Le premier, plus important en nombre, désigne les jeunes qui sont en cours ou en fin d'études. Le choix de rompre avec leur quotidien, en partant faire du *backpacking*, souligne un premier sens donné à cette rupture : rompre du milieu universitaire/estudiantin pour une période indéterminée (souvent 1 an) où l'utile et l'agréable sont associés. L'utilité est perçue dans le fait qu'ils vont approfondir leur anglais, apprendre à se connaître et avoir plus confiance en eux. Ainsi Alizée témoigne qu'il s'agissait « *plus d'une recherche personnelle où j'avais besoin de me retrouver seule à l'autre bout du monde, essayer de me focaliser que sur moi et un peu rencontrer des gens complètement différents* ». Tandis que l'agréable se trouve dans la dimension expérientielle du *backpacking* au sein de l'immense pays qu'est l'Australie comme Agathe qui explique : « *avec mon cousin, on s'est toujours dit on partira en Australie avec nos sac-à-dos pour voir les kangourous, c'est un rêve de gosse* ». Agathe est partie en octobre 2016, elle a trouvé un travail sur place sans ne jamais être rentrée en France (entretien par appel vidéo en décembre 2020). Cette rupture avec son quotidien estudiantin/universitaire prend la forme d'une démarche plus pragmatique pour certains, apprendre l'anglais, plus philosophique pour d'autres, se connaître soi ou encore très expérientielle.

Le second profil, moins important dans les entretiens réalisés, désigne les jeunes qui sont déjà dans le monde du travail mais qui veulent s'en extraire en raison d'une insatisfaction personnelle dans leur activité professionnelle. Une véritable remise en question de leur travail s'installe, ils ne se sentent plus en phase avec leur actuel quotidien et ont envie de couper pour découvrir autre chose comme le dit Thomas : « *J'avais mon boulot ici mais c'était un peu la routine quoi* ». Ici, la rupture prend un sens plus existentiel et professionnel. L'utilité recherchée se trouve dans l'envie d'avoir un meilleur salaire pour de meilleures conditions de vie et d'apprendre l'anglais pour certains. Pour ces jeunes adultes, l'agréable est associé à l'expérience de travailler dans un autre univers professionnel, de se découvrir soi et de faire de belles rencontres.

Quoiqu'il en soit, ces deux profils révèlent un certain *burn out* du système français occidentalisé, le fameux moment de crise dans la vie définie par Maoz³³ en 2008 qui pousse au départ, où leur vie est rythmée par le milieu universitaire ou professionnel dans lequel le jeune ne se retrouve plus lui-

³³ Op.cit. [19]

même. Ce sentiment peut s'apparenter à un sentiment de perte d'identité défini par O'Sullivan³⁴ en 2003 ou encore, un sentiment d'aliénation défini en 1976 par Riley et Vogt³⁵ comme étant une motivation du *wanderer* qui le pousse à partir pour trouver un sens à sa vie. Des études menées en 2001 par Ateljevic et Doorne³⁶ rejoignent et précisent notre conception de ce *burn out*. Selon ces chercheurs, les motivations de ces *backpackers* font suite à un sentiment d'aliénation du système occidental où ces jeunes issus de classes moyennes, ayant fait des études ou déjà dans le monde du travail, sont insatisfaits de leur quotidien. Ateljevic et Doorne parle d'un « *post modern backpacker* ». Le jeune aspire à autre chose pour s'en extraire le temps d'une longue période, souvent un an comme l'explique Thibault : « *c'était pour rompre le quotidien, la France c'est cool mais j'avais arrêté mes études un an avant donc c'était le moment* ». Thibault est parti un an en Australie en avril 2019 (entretien par appel vidéo en novembre 2020). Alors que les étudiants prennent une année de césure pendant leurs études ou bien une année de pause après leurs études, ceux qui travaillent déjà quittent leur travail ou demandent une année *off*. C'est pour cette raison qu'ils choisissent le visa australien WHV qui leur permet de voyager et de travailler sur place pendant un an (16 personnes sur les 20 interrogées). Le *backpacking* se traduit par un départ pour une longue période. Il s'agit d'une des onze caractéristiques attribuées précédemment. Ainsi Constance justifie qu'après avoir économisé, c'était son « *envie de partir à l'aventure pour faire un gros voyage sans plan en tête. L'idée principale était d'aller dans un pays sans date de retour contrairement aux autres voyages où tu sais combien de temps tu pars. Je voulais que ce soit mon choix* ».

Enfin, ces jeunes partagent d'autres caractéristiques à savoir (cf tableau 2 annexe 3) :

- 14 d'entre eux me faisaient témoignage de leur première expérience *backpacking*,
- 13 d'entre eux y sont allés à deux ou plus, souvent avec leur petit(e) copain(e) ou un(e) ami(e) pour le côté plus rassurant.

II.1.2. Primat des caractéristiques intrinsèques à la destination australienne dans les motivations de départ.

Si la volonté de rompre avec son quotidien en France est commune à l'ensemble des *backpackers*, les caractéristiques de la destination australienne priment souvent dans leurs motivations au départ avant des attentes plus liées à leur personnalité.

³⁴ Op.cit. [17]

³⁵ Vogt, Jay W. « Wandering: Youth and Travel Behavior ». *Annals of Tourism Research* 4, no 1 (août 1976): 25-41. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(76\)90051-7](https://doi.org/10.1016/0160-7383(76)90051-7).

³⁶ Op.cit [16]

Tout d'abord, la dimension anglophone de l'Australie est la première raison évoquée dans la mesure où ces jeunes parlent anglais et veulent s'améliorer. Cet objectif concerne douze personnes interviewées, étudiants ou jeunes travailleurs confondus comme Joséphine, partie un an courant 2020 avec son copain (voyage en cours), qui voulait partir « *pour améliorer son anglais* » ou Jade qui dit que le choix de l'Australie : « *c'est à l'origine, parce que c'est un pays anglo-saxon pour le pratiquer à fond et revenir bilingue* ». Cette motivation très pragmatique semble révéler les limites du système scolaire français où plusieurs d'entre eux témoignent d'un manque de confiance en eux dans cette matière. Solène attend de ce voyage le fait de pouvoir « *parler anglais, pas forcément l'améliorer car j'avais conscience que je n'allais pas apprendre beaucoup de vocabulaire [...] mais avoir un déclic, oser parler et ne plus essayer de contourner ce que tu ne sais pas dire quand tu es à la fac* ». De ce fait, vivre une expérience *backpacking* en Australie serait un plus pour continuer leurs études ou bien trouver un travail ce qui est l'objectif lointain pour Alexandre qui voulait avant tout « *augmenter mon niveau d'anglais comme j'en ai besoin dans mon métier. C'était un objectif que je m'étais fixé 5 ans avant, au début de mes études* ». Alexandre est parti en Australie en décembre 2019 et y est toujours en raison de la situation sanitaire actuelle (entretien par appel vidéo fin octobre 2020). Ces jeunes témoignent des lacunes universitaires dans les écoles françaises pour apprendre l'anglais et avoir un bon accent. Selon eux, la pratique de l'anglais est incontournable pour leur vie future.

Néanmoins, on peut s'interroger sur le choix de l'Australie plutôt que l'Angleterre ou les Etats-Unis. Si le critère du pays anglophone est essentiel, celui d'une destination « *lointaine* » ou encore « *dépaysante* » associée à un côté « *mystique* » s'ajoute (Jade). L'Australie est appréhendée comme destination du bout du monde par plusieurs d'entre eux ce qui est vu comme un défi. Angélique explique qu'il s'agit du pays du « *bout du monde, tu n'as pas tes repères, c'est un challenge un peu. [...] C'est un peu le rêve quoi !* ». L'Australie se distingue grandement de la France, pas tant par le mode de vie de ses habitants, mais bien par les caractéristiques intrinsèques au pays à savoir :

- une faune unique, Joseph énonce avoir envie de voir les koalas alors que ce sont les kangourous pour Agathe (ils sont 9 interviewés à évoquer cette raison) ;
- des sites remarquables (Guillaume a pour objectif de « *visiter tout le pays, voir la Barrière de Corail [...]* ») ;
- une immensité comme dit Alexandre « *l'Australie par rapport à l'Europe, fin c'est loin, c'est un pays qui est immense* » (16 fois la France) ;
- une insularité (pas de réseau comme l'Union Européenne) ;
- découvrir une nouvelle culture.

L'imaginaire du *roadtrip* est omniprésent, comme Pauline qui dit : « *Tu imagines un grand pays avec pleins de choses à faire, traverser en van, améliorer l'anglais* », avec la possibilité de vivre à

l'australienne comme l'illustrent les propos d'Aude : « *On s'attend tous à ce que ce soit le soleil, le surf, la douce vie* ». De ce fait, par opposition à l'Angleterre, l'Australie est privilégiée. Alizée explique : « *Je devais choisir un pays anglophone. Je n'avais pas envie de partir en Angleterre, je voulais vraiment un pays exotique où je me débrouille toute seule quoi. Ça a été un challenge de voir si j'étais capable à l'autre bout du monde, sans aide* ».

Pour finir, à ces deux critères s'ajoute le fait que c'est une destination perçue comme un pays où il est aisé de trouver du travail associé à la facilité d'obtenir un visa, ce qui sont des critères majeurs comme le *backpacker* possède un petit budget et compte travailler sur place. Angélique explique qu'« *au niveau du visa, c'est facile à faire, tu peux facilement trouver du travail et bien gagner ta vie pour voyager* ». Hugo la rejoint en disant que « *l'Australie ça fait rêver et ça avait l'air facile de trouver du travail* ». Hugo qui est parti en septembre 2018, est resté seulement 3 mois en Australie. Nous évoquerons plus tard les raisons de ce court séjour (entretien par appel en décembre 2020). De nombreux interviewés font office de cette caractéristique qui les motive pour y venir. Joseph, parti en février 2020 et encore sur place, témoigne qu'en Australie, il peut « *mettre beaucoup de côté et profiter plus* » alors qu'en France, où il y travaillait depuis six ans, il explique que « *l'idée c'était de couper ma routine, j'en avais marre de rester en France. En France, le problème tu as très vite ton métro, boulot, dodo, copains. L'Australie n'était pas mon premier vœu mais ça reste un bon plan pour travailler, gagner de l'argent* ». Nous reviendrons plus tard sur les caractéristiques du marché du travail pour les *backpackers*.

En définitive, les motivations premières de ces jeunes pour se rendre en Australie se trouvent dans le fait qu'il s'agit d'un pays anglo-saxon accessible à l'autre bout du monde avec de belles choses à découvrir et où le marché du travail est ouvert et satisfaisant.

II.1.3. Des caractéristiques secondaires liées à la personnalité du *backpacker* selon son âge et son contexte de vie en France.

Si les motivations liées aux singularités de la destination, des motivations d'ordre plus philosophiques et personnelles sont évoquées et dépendent bien plus du *backpacker* selon son âge, sa situation en France, son ressenti, sa personnalité.

Le *backpacking* peut se lire comme une quête personnelle à effectuer pour gagner en confiance en soi, ou encore, pour s'émanciper des parents pour les jeunes encore en études, ou bien pour se prouver quelque chose. C'est une motivation très personnelle, comme une expérience à mener pour grandir. Cette dimension personnelle du voyage nous permet de nous placer contre la typologie de Cohen qui qualifiait de « *wanderer* », ces *backpackers* qui portaient en eux une logique

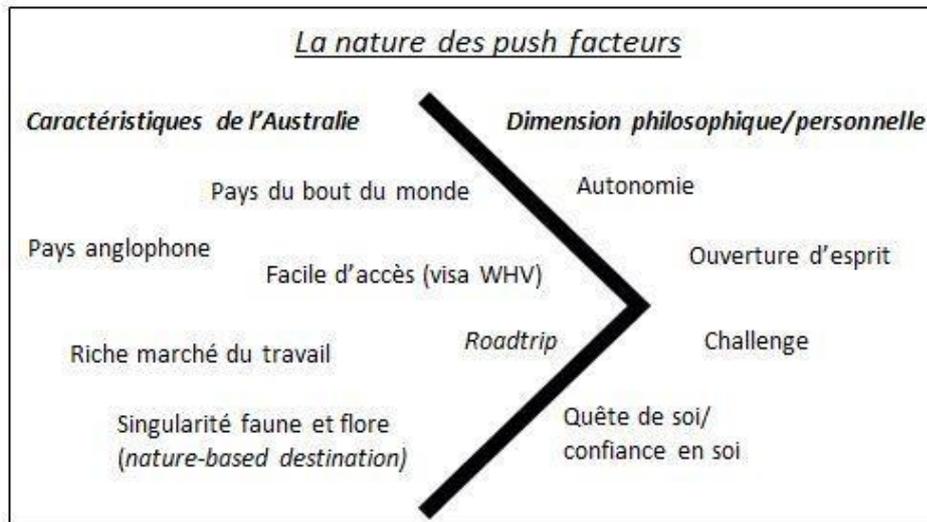
de contre-culture. Nous préférons la conception de Riley³⁷, qui préfère le terme « *long terme budget traveler* », pour montrer que le jeune ne porte pas cette logique de contre-culture mais plutôt des motifs personnels de découverte de soi et du monde. Cette pensée a été reprise et approfondie par Peter Welk³⁸ qui écrit en 2004 : « *Today, the backpacker community incorporates members from all social classes, ages, and political convictions* ». En effet, une analyse croisée entre ces motivations et le groupe d'appartenance du *backpacker* (A et B) n'aboutissait à aucune analyse pertinente. Ces raisons personnelles n'ont pas d'âge, de situation spécifique mais sont partagées par la communauté des *backpackers* français. Quelques témoignages peuvent en attester comme celui d'Aude, 21 ans, qui s'est sentie perdue dans son cursus scolaire. Elle a eu « *besoin d'un break, je ne voulais pas faire un Erasmus, ça me déprimait de rester dans la structure classe et cours. Je voulais découvrir autre chose. J'avais envie d'autre chose, de découvrir les gens ailleurs, et de me prouver moi-même que j'étais capable comme en tant qu'étudiante je vis chez mes parents* ». Cette envie d'ailleurs est partagée par Séverine, 23 ans : « *Je cherchais une autre culture et aussi une découverte de moi-même. J'avais envie de voir d'autres choses et horizons pour m'ouvrir l'esprit* ». Ces jeunes cherchent à se connaître, à être autonome, à se prouver quelque chose comme Hélène, 23 ans et Angélique, 24 ans, qui voulaient voir « *comment [elles] pouvaient se débrouiller toute seule sans [leurs] parents* ».

Ainsi, si nous avons défini deux profils de *backpackers* français en Australie en fonction de leur situation en France, ils partagent tous des motivations communes. Ces facteurs d'incitation sont de deux ordres : ceux liés à la nature anglo-saxonne et aux singularités de l'Australie qui priment sur ceux issus de motivations plus personnelle. Ces *push* facteurs jouent un rôle important dans l'étape qui précède le voyage pour définir les imaginaires et les attentes de chacun. Le schéma ci-dessous résume ces *push* facteurs. A présent, à ces *push* facteurs s'ajoutent des *pull* facteurs.

³⁷ Op.cit. [13]

³⁸ Richards, Greg, et Julie Wilson, éd. *The global nomad: backpacker travel in theory and practice*. 1st ed. Tourism and cultural change. Clevedon [England] ; Buffalo [N.Y.]: Channel View Publications, 2004 (Chapitre 5 de Peter Welk)

Figure 7 : *Schéma sur la hiérarchisation et la nature des push facteurs. Réalisation personnelle sur Powerpoint.*



II.2. L'ajout de *pull* facteurs, d'origine plurielle, qui participent à la définition de leurs imaginaires relatifs aux modalités de l'offre *backpacking*.

Conformément à notre seconde hypothèse sur avant le départ, il existerait des *pull* facteurs, aussi appelés facteurs d'attraction, qui interviennent comme des raisons qui attirent le jeune à venir faire du *backpacking* en Australie. Ces facteurs sont exogènes et viennent de l'extérieur pour alimenter les motivations du jeune. Nous verrons que deux origines de ces facteurs existent : l'une interne dans le bouche-à-oreille ; l'autre externe dans l'usage des réseaux sociaux et d'internet. Enfin, nous verrons que ces imaginaires créés par ces facteurs sont aussi véhiculés dans les guides touristiques.

II.2.1. Une origine interne des *pulls* facteurs : un imaginaire surtout construit par le bouche-à-oreille d'une destination agréable et adaptée au *backpacking*.

Le bouche-à-oreille désigne le fait qu'on entend parler de quelque chose ou quelqu'un par le biais de notre entourage proche ou lointain. Lors des entretiens avec les *backpackers* français, à la question « pourquoi avoir choisi l'Australie plutôt qu'un autre pays ? », la même réponse revenait souvent et elle consistait à dire que quelqu'un, qui était déjà allé ou non, leur avait conseillé de s'y rendre. A l'exemple de Cyril qui explique : « J'ai beaucoup de potes qui m'ont dit c'est cool, c'est beau et il y a beaucoup de boulots, pleins de choses à découvrir. C'est vraiment parce que j'ai plusieurs amis qui

m'ont dit d'y aller ». Même constat pour Clément, parti pour un an courant 2018, pour qui « *Maxime était déjà parti avant et il me l'a bien vendu et il a eu raison car c'est vraiment un pays magnifique* ». Sans ces conseils, nous pourrions supposer qu'il n'aurait pas choisi cette destination. De plus, il faut noter que ces conseils sont uniquement connotés de façon méliorative. L'Australie est vendue comme une destination de rêve où il est facile de trouver un travail et de gagner de l'argent pour y vivre aisément. Les propos d'Aude le confirment : « *J'avais le retour d'une amie qui était allée là-bas, elle nous a rassurés, donner des conseils et nous a dit que c'était simple de trouver un travail* ». D'autres témoignages font part d'un bouche-à-oreille qui se veut rassurant comme une connaissance à eux se trouve déjà là-bas à l'exemple de Joseph qui est parti tout seul mais qui a son « *frère qui est en Australie depuis 2 ans et demi* », ou de Solène qui explique : « *J'ai ma marraine qui habite là-bas donc je me suis orientée par sécurité. La sécurité c'était la famille d'accueil alors qu'au moins en Australie je la connaissais* ».

Le bouche-à-oreille positif désigne un facteur d'attraction majeur pour ces jeunes français. Comme le dit si bien Hugo, l'Australie est vendue comme « *la destination des jeunes français backpack* ». Et il s'avère que c'est vrai comme le dit John, responsable d'une auberge YHA, « *French were one of my top* ». Nous le confirmerons plus tard par des chiffres. Enfin, comme nous le verrons ultérieurement, le rôle du bouche-à-oreille se poursuit et se renforce au cours de l'expérience *backpacking* où l'échange de conseils et d'informations entre *backpackers* est une pratique très courante, appréciée et attendue.

II.2.2. Une origine externe des *pulls* facteurs dans la dimension digitale/connectée des *backpackers* : rôle central d'internet et des réseaux sociaux pour préparer son voyage.

Si le bouche-à-oreille est un facteur d'attraction majeur, il n'agit pas seul puisque les réseaux sociaux et plus généralement, internet, jouent un rôle majeur dans la formation de ses imaginaires. Comme nous l'avons précédemment évoqué, la société du 21e siècle est composée de jeunes connectés et présents sur ces réseaux qui interviennent de façon massive dans la préparation d'une telle expérience si bien qu'ils sont en voie, si ce n'est pas déjà fait, de remplacer les guides touristiques papiers. Seulement six interviewés sur les vingt disent avoir acheté un guide mais plusieurs d'entre eux affirment ne pas l'avoir utilisé. Les propos de Thibault et de Cyril en disent long sur le processus en cours : « *Après, j'avais pris un petit bouquin mais je ne l'ai pas regardé* » (Thibault) ; « *Après, au final, les blogs ce sont des guides touristiques* » (Cyril). En raison de l'exhaustivité des réseaux sociaux et des blogs de voyage sur Internet, nous avons fait une présélection grâce à des critères définis en amont et en fonction des réponses de nos interviewés. Nous nous sommes concentrés sur l'étude de

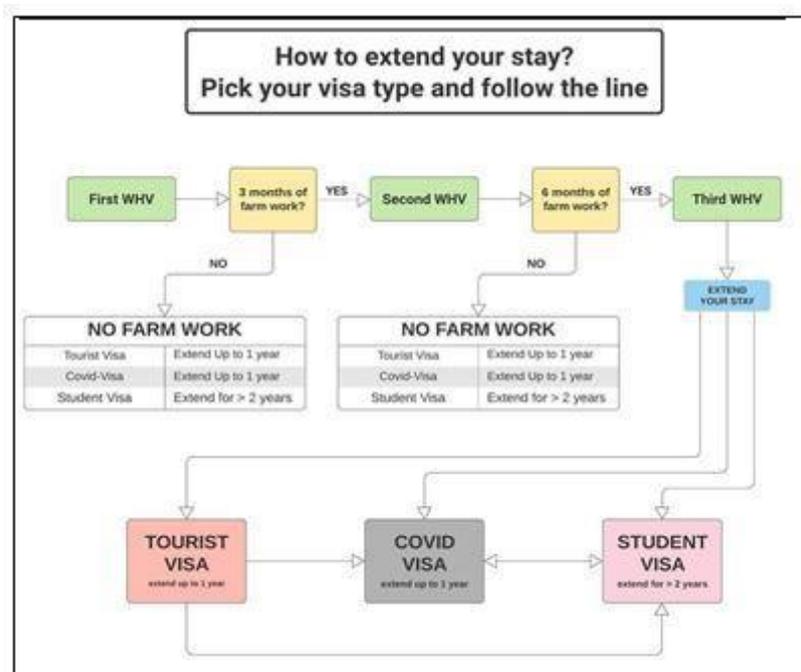
Facebook, réseau social le plus utilisé en nous focalisant sur l'analyse de trois pages Facebook ; et des blogs, deuxième le plus cité, via un focus sur trois d'entre eux.

Tout d'abord, il convient de prouver que ces réseaux sont exploités en amont par ces jeunes ce qui est chose facile dans la mesure où, à la question « comment vous êtes-vous renseignés sur la destination ? », l'usage d'internet était quasi systématique. On recense onze interviewés pour Facebook, dix pour les blogs, neuf sur l'usage du site du gouvernement australien. Concernant ce dernier, il est plus que normal de s'y rendre pour faire les démarches de visa. Quant à Facebook et aux blogs, leur consultation permet à ces jeunes d'obtenir des informations précises sur la destination via une communauté d'autres personnes qui sont ou sont allées en Australie. C'est souvent décrit comme un moyen plus interactif où on peut poser ses questions, parler directement avec des gens et pourquoi ne pas, faire des rencontres en amont. Comme le confirme Rose, partie un an en octobre 2018 : « *les réseaux sociaux, tout ce qui est groupe Facebook "Les Français à..." qu'on avait intégré avant d'arriver. Les questions sont déjà posées donc c'est hyper pratique, tu as toutes les réponses* ». Le processus d'adhésion à des groupes Facebook est un processus linéaire qui suit la temporalité du voyage. Le jeune commence à y adhérer pour préparer son départ et continue d'y adhérer au cours du voyage selon ses mobilités et les conseils des autres. Le témoignage de Jade en atteste : « *je me suis inscrite sur tous les réseaux, les groupes pour en trouver : Les Français, les branleurs en Australie, fin tout plein de comptes Facebook pour choper pleins de renseignements. [...] Du coup, beaucoup avant de partir, et d'autres en arrivant* ». C'est un processus perpétuel.

L'Australie est définie par Joseph comme une destination où tout « *passé beaucoup par internet, par Facebook* ». Et il n'a pas tort de le dire dans la mesure où il existe une multitude de groupes pour les Français en Australie. On en trouve des généraux comme « *Les Français en Australie* », « *Les branleurs en Australie* » et d'autres propres à chaque ville « *Les Français à Sydney* » etc. Le premier est le plus populaire et nous l'avons analysé pour en voir son ou ses usages possibles. « *Les Français en Australie* » est un groupe privé, le plus populaire chez les *backpackers* français avec 50 600 membres en décembre 2020, qui l'intègrent souvent pour préparer leur départ. L'analyse de 242 publications sur une période de 17 jours (20 octobre au 5 novembre 2020) révèle qu'il incarne une véritable communauté active et virtuelle d'entraide où l'interaction est très forte avec une moyenne de 14 publications par jour. Le type de contenus a été classé selon huit types à savoir (cf *tableau annexe 4*) : des questions, des recommandations, de la vente, des demandes suite à la situation Covid, des offres d'emploi, des partages d'expériences, une recherche de compagnon(s) de route ou autre. Si l'usage de ce groupe est pluriel, il ne possède qu'une vraie utilité avant de partir, celle de poser ses questions. Il s'agit des publications les plus présentes dans notre échantillon d'analyse avec 91 publications sans compter celles relatives aux questions Covid. C'est aussi ce type

de publication qui possède la plus forte réactivité avec en tout 1394 commentaires pour ces 91 publications. Les questions sont d'ordre pragmatique et peuvent concerner divers sujets comme : la démarche d'obtention du visa, les démarches pour louer/acheter un véhicule sur place, obtenir des adresses ou des conseils. Il s'avère que c'est un groupe efficace avec des réponses utiles comme en atteste ce schéma ci-dessous d'explicitation des conditions d'obtention du visa en guise de réponse. En définitive, ce groupe privé très populaire joue le rôle essentiel de plateforme d'informations et de communication chez les *backpackers* français en amont de leur départ.

Image 2 : Schéma d'explication des conditions d'obtention, d'extension des divers visas en Australie.
Extrait d'une publication sur le groupe Facebook « Les Français en Australie ».



Une autre page Facebook, qui possède également un blog et une page Instagram, est « *Australie, le guide des backpackers* » avec 20 727 abonnés en décembre 2020. Il s'agit du premier guide « écrit par des voyageurs français pour des voyageurs ». Nous avons recensé uniquement 59 publications en cinq mois (11 juin au 11 novembre 2020) que l'on a classées en six types de contenus (cf tableau annexe 4) : questions, recommandations, photos/vidéos, photomontages, *repost* ou informations Covid. Si ce groupe est bien moins alimenté avec moins d'une publication par jour, il permet de faire le relais d'informations importantes. En fait, le groupe Facebook est surtout un relais des informations postées sur le blog qui est un vrai trésor pour obtenir des informations avec des articles thématiques régulièrement publiés.

On peut par exemple citer celui publié sur *New Daily* intitulé « *1500 Australians registered for farm works : not one of them got a job* » faisant part du manque de main d'œuvre dans les fermes en raison de la crise sanitaire. En définitive, c'est plus le blog qui est utile pour les *backpackers* pour obtenir des informations avant leur départ. Nous verrons par la suite en quoi il est fort utile durant le voyage.

Image 3 : Publication de l'article faisant part du manque de main d'œuvre avec la crise sanitaire, sur le groupe Facebook « *Australie – Le guide des backpackers* ».



Pour finir l'analyse du rôle de ces réseaux dans la préparation du voyage, il convient de faire part du phénomène de vente sur des blogs, avec de la publicité sur Instagram, de pack d'aide pour préparer le séjour ou des services offerts une fois sur place. C'est le cas de : « *Mai Lo In Oz* » tenu par Mai Lo qui possède deux sites internet dont un site commercial de vente de ses packs et un blog de voyage. Deux de nos interviewés ont confirmé avoir eu recours à ces packs pour se rassurer d'avoir une aide en arrivant sur place. Mai Lo propose quatre types de pack allant de 90 à 25000€ associant 16 partenaires. Ses services sont très variés allant d'un simple *pick-up* à l'aéroport à l'offre d'une entrée pour un parc de kangourous et koalas. Elle propose quatre packs à prix croissant (cf *image annexe 5*). Or, cette aide est paradoxale et contre la logique du *backpacker* qui cherche à se débrouiller tout seul. On pourrait même dire que l'émergence de ce type de nouveau business sur les réseaux sociaux pourrait s'apparenter à de nouvelles formes d'agences de voyage en ligne. Néanmoins, il est important de noter que le recours à ce type d'aide reste très rare chez les *backpackers*.

En définitive, l'usage des réseaux sociaux en amont du départ est une pratique presque systématique chez les *backpackers* français. Il s'agit avant tout d'obtenir des informations via une communauté virtuelle. C'est un marché qui fonctionne très bien pour les Français qui sont très nombreux en Australie, en témoigne le nombre important de groupes Facebook selon la ville, le territoire visité. Les témoignages des pratiques de nos interviewés confirment que les guides touristiques sont peu, voire pas, utilisés. Les réseaux sociaux, Facebook comme blogs, sont les nouveaux guides d'aujourd'hui.

II.2.3. Les imaginaires *backpackers* véhiculés par les guides touristiques : entre confirmations et rapprochements occidentaux interrogeant le modèle sociétal australien.

Aujourd'hui, les guides touristiques ne sont que très peu utilisés par les jeunes *backpackers* français et passent souvent après les réseaux sociaux comme en atteste le fait que seuls six interviewés sur les vingt interrogés disent en avoir eu un, sans préciser leur degré d'utilisation. Néanmoins, ils restent un support d'analyse intéressant pour saisir les imaginaires qu'ils véhiculent sur le *backpacking* en Australie. Nous poursuivons cette analyse avec les trois mêmes guides touristiques évoqués précédemment. Cette fois-ci, en raison de l'exhaustivité des informations contenues, nous allons nous concentrer sur les modalités de présentation des lieux iconiques à visiter et la place accordée au *backpacking*, autrement dit les lieux attribués ou qui sont adressés aux *backpackers*.

Comme nous l'avons déjà évoqué précédemment, ces guides transmettent une image, une ambiance propre à chaque territoire. Ils attestent la dimension naturelle de la destination dans les illustrations choisies tout en introduisant la dimension urbaine dans les grandes capitales de chaque territoire. Néanmoins, les destinations mises en lien avec le *backpacking* présentent des caractéristiques intéressantes.

Ces destinations peuvent être déclinées en trois types de lieux à savoir :

- Les villes de second rang ;
- Les routes mythiques ;
- Les espaces naturels.

Chacun de ces lieux sont localisés sur la carte ci-dessous.

Carte 2 : Localisation des trois types de lieux mis en avant pour les backpackers par les guides.

Réalisation personnelle sur Google Map.



- **Les villes de second rang : des stations balnéaires à l'occidental où règne une ambiance décontractée à l'australienne dans un cadre paysager exceptionnel.**

Un échantillon de ces villes a été analysé à savoir : Byron Bay, Gold Coast, Sunshine Coast, Townsville, Cairns et Airlie Beach (cf carte 2 ci-dessus). Toutes ces villes sont des villes littorales. Si les grandes villes sont comparées à des villes occidentales, ces villes de second rang n'y manquent pas. En effet, si les imaginaires des *backpackers* sont ceux d'une nature intacte, isolée de toute urbanisation massive, la description de ces destinations prouve le contraire. Elles sont décrites comme des stations ultra-urbanisées, touristiques avec de nombreux services : centres commerciaux, casinos, discothèques, bars et restaurants, hôtels de luxe... Mais, elles sont insérées dans le cadre exceptionnel des paysages australiens. Par exemple, la station de Townsville avec sa plage Mission Beach est vendue comme une « *plage sublime avec accès aux récifs de la barrière de corail* », à proximité d'une « *forêt tropicale* » où l'on peut y voir des « *oiseaux, les casoars* ».

Ces paysages de stations urbanisées sont à l'opposé des imaginaires des *backpackers* et pourtant, il s'agit des endroits où ils sont très présents. Seule la destination de Byron Bay semble faire exception.

Pour cerner ces imaginaires autour des stations balnéaires, nous allons faire un focus sur trois d'entre elles à savoir : Gold Coast, Cairns et Byron Bay qui sont décrites comme étant le paradis des *backpackers*. Le tableau ci-dessous et les photographies permettent de refléter les caractéristiques de ces trois destinations.

Image 4 : Photographies aériennes des trois stations balnéaires situées sur la côte Est, tirées de Google Images.



Gold Coast à gauche, Byron Bay à droite et Cairns en bas, Source: Google images

Tableau analysant la présentation de ces 3 villes balnéaires par nos 3 guides. Réalisation personnelle.

Station Balnéaire	Cairns	Gold Coast	Byron Bay
A l'occidental	Destination touristique internationale au mode de vie occidental (<i>Michelin</i>).	Sorte de conurbation, de Surfers Paradis, constituant le cœur de cet ensemble (<i>là où il y a les plus hauts buildings</i>). (Guide Du Routard).	« <i>antithèse du bling-bling tapageur de Surfers Paradise</i> »
Activités/Services	Excursions, activités en mer, bars/clubs, magasins.	Parcs d'attractions, golf, surf, centres commerciaux, casinos.	Yoga sur la plage, massages, surf, aventures sportives.
Paysages	Myriades de centres commerciaux, restaurants, hôtels, agences de voyages.	Conurbation balnéaire, plage dorée, enfilade de gratte-ciel, marina, tours hôtelières, résidences vacances, villas, parc nationaux, luxuriantes forêts tropicales.	Plages immenses.
Ambiance	<i>Au royaume des Backpackers</i> , agences de voyages, bars et restaurants, sont rois. (<i>Michelin</i>)	" <i>une sorte de Floride australienne avec pour épice le quartier de Sufers Paradise, un Miama bling-bling où le divertissement et la frime règnent en maître</i> » (Guide Du Routard).	Décontraction, convivialité, esprit alternatif, bohème, positivité, retour à la nature, vivre à fond le rêve australien, havre de paix. " <i>Cheer up, slow down, chill out</i> " (<i>Michelin</i>). Pour les backpackers à la cool.

En définitive, l'analyse des destinations prisées par les *backpackers* selon les guides touristiques révèle des imaginaires complètement éloignés, voire en contradiction, avec ceux définis par les *backpackers*. A l'instar des plages isolées, à l'état naturel imaginées, ces jeunes arrivent dans des stations balnéaires ultra-urbanisées, connectées et riches en services. Certes, des destinations s'éloignent comme Byron Bay ou bien le Port Douglas au Nord de l'Australie. Néanmoins, il est intéressant de noter qu'elles s'éloignent de leurs imaginaires de départ. Ainsi, il conviendra de voir plus tard si ils sont satisfaits et si ces lieux correspondent ou non à leurs attentes.

- **La *Great Ocean Road* et la *Pacific Highway* : deux routes mythiques situées sur la côte Sud-Est et décrites comme des incontournables pour les *backpackers*.**

La mobilité régulière du *backpacker* en mode *roadtrip* est une caractéristique majeure. L'Australie regorge d'itinéraires à emprunter en voiture ou bus pour la visiter. Toutefois, ces guides touristiques font surtout mention de deux grandes routes très prisées par les *backpackers* (cf carte 2). Chacune de ces routes incarne un imaginaire singulier à celui du *roadtrip* en *backpacking*.

La première nommée la Pacific Highway est la plus célèbre et la plus fréquentée comme elle longe la côte Est qui se trouve être la plus prisée et habitée d'Australie. Elle s'étend depuis Sydney jusqu'à Cairns, ville de surfers. Cette route permet de longer la côte Est, en reliant l'état du New South Wales au Queensland, et l'ensemble des plages en passant par des villes célèbres comme Brisbane ou des stations balnéaires connues comme Gold Coast ou Airlie Beach. Elle est caractérisée par les guides comme un espace de liberté où plusieurs paysages sont traversés que ce soit des forêts tropicales, des plages ou des îles comme Fraser Island.

La deuxième nommée la Great Ocean Road, permet de longer une portion de la côte Sud depuis Melbourne jusqu'à Adélaïde sur 253 kilomètres. Si elle est moins fréquentée et souvent réalisée après la première, cette route se distingue par les paysages traversés. Elle est décrite par le Guide du Routard comme une route de « *l'intérieur des terres* » ou encore « *la route du soleil* » par Michelin. On traverse de « *séduisantes régions viticoles* ». Elle est décrite comme ayant un caractère plus « bucolique ». Ainsi, chacune de ces routes est attachée à un imaginaire singulier. Il conviendra de voir si le vécu de ces *backpackers* sur ces routes a été satisfaisant.

- **Les lieux iconiques : une majorité d'espaces naturels.**

Si l'opéra de Sydney est réputé pour être le monument architectural emblématique de l'Australie, peu d'autres monuments sont aussi connus. En effet, ce sont les espaces et sites naturels qui

dominant dans les imaginaires comme dans les guides touristiques. Le pays compte plus de 500 parcs nationaux soit environ 4% de sa superficie. Chaque territoire dispose de parcs, de lieux naturels à visiter. Concernant les *backpackers*, nous nous concentrerons sur les imaginaires formulés par ces guides autour des lieux les plus visités à savoir, ceux qui se trouvent sur la côte Est ou bien le centre rouge du pays.

Nous avons analysé : les Blue Mountains dans le New South Wales, le parc national Uluru-Kata Tjuta dans le territoire du Nord qui sont des espaces terrestres où la randonnée est pratiquée ; et deux espaces maritimes offrant de nouvelles activités avec les Whitsunday Island et la Grande Barrière de Corail dans le Queensland. Chacun de ces espaces fait appel à un imaginaire singulier chez le *backpacker* :

- Le parc national évoque l'imaginaire du *bush* australien. Ce centre rouge désertique où on arrive en voiture après des centaines de kilomètres au compteur. Les guides évoquent un « spectacle » d'une « puissance évocatrice » en faisant part de l'histoire sacrée de ce rocher pour les Aborigènes. Il s'agit d'un lieu spirituel pour eux. Les *backpackers* font souvent halte dans la ville centrale d'Alice Springs dont l'économie se base sur le tourisme autour de ce rocher et du parc.
- Les Whitsunday incarnent l'imaginaire des îles paradisiaques au sable blanc et fin en Australie. Cet archipel est décrit comme un lieu avec « des plages paradisiaques », des « forêts tropicales », une eau « turquoise », proche de la barrière de corail. Il s'agit d'un espace associé à des pratiques d'activités aériennes comme un survol en avion ou autre, et maritimes comme la location d'un bateau ou d'un catamaran. Les *backpackers* font souvent du camping à proximité ou bien ils logent à la station balnéaire d'Airlie Beach qui marque avec Cairns, le point d'arrivée de la Pacific Highway. Cet archipel est un lieu hautement visité car il marque la fin d'un itinéraire *backpacking* très prisé.
- La Barrière de Corail reflète un imaginaire d'une faune et flore marine exceptionnelles. Ce site classé à l'UNESCO et menacé de disparaître à cause du changement climatique lui donne plus de valeur. C'est un site unique au monde où la pratique de la plongée est possible.
- La région des Blues Mountains incarne un imaginaire de randonnées au cœur de paysages époustouflants. Cette région étant proche de la ville de Sydney, beaucoup de *backpackers* y font halte. De plus, les récents incendies ayant dévasté une partie de la zone, il est devenu plus attractif de s'y rendre dans le cas où tout disparaîtrait.

En définitive, les imaginaires construits et transmis dans les guides touristiques ne correspondent pas toujours à ceux présents dans les esprits des jeunes *backpackers*. Si les imaginaires autour des espaces naturels, des lieux iconiques à visiter et des routes mythiques à traverser sont similaires,

ceux autour des villes, ici de second rang, révèlent un écart. Ces villes, semblables aux villes américaines voire européennes, sont des stations balnéaires, des spots de surf où les *backpackers* s'arrêtent. Si leurs pratiques au quotidien sont distinctes de celles en France, il n'en demeure pas moins qu'ils ne sont pas vraiment dépaysés dans ces espaces urbains. Il leur faut s'éloigner de ces villes touristiques pour connaître ce sentiment. Nous étudierons plus tard la géographie du *backpacking*.

II.3. Le marché actuel du *backpacking* en Australie : un marché rôdé qui répond aux attentes des jeunes *backpackers*.

En 2002, selon le rapport publié par le « *Bureau of Tourism Research* » (BRT)³⁹ d'Australie, les *backpackers* représentent 10 % des arrivées touristiques et 22 % des dépenses. Ils contribuent à hauteur de \$AUS 1.5 billions en moyenne par an avec une dépense moyenne par tête de \$AUS 6130 contre \$AUS 4005 pour les autres visiteurs. Ces chiffres donnent un aperçu de l'ampleur du phénomène du *backpacking* en Australie qui fait l'objet d'une branche à part dans le secteur touristique. Parmi ces *backpackers*, la part de Français est importante avec environ 25 000 par an soit une clientèle qui représente 8% du marché total. Ce marché est attractif dans la mesure où le gouvernement a su déployer des offres et services qui répondent aux attentes de ces jeunes. Nous verrons comment il répond à leurs attentes sur plusieurs plans : celui de l'accessibilité pour entrer dans le pays et bénéficier d'opportunités sur le marché du travail ; celui d'avoir accès à plusieurs types d'hébergement adaptés à leurs mobilités et à leurs attentes. Toutefois, selon les responsables des auberges de jeunesse interrogés, si ce marché est efficace aujourd'hui, les récentes évolutions semblent compromettre son avenir et sa capacité à faire vivre au jeune français un véritable sentiment de rupture avec le mode de vie occidental. Pour comprendre cet avenir incertain, nous allons étudier l'évolution des auberges de jeunesse, lieu symbolique du *backpacking*.

³⁹ Today's Youth Travellers : Tomorrow's Global Nomads « FINAL_Full_report.pdf », s. d.

II.3.1. Un marché qui facilite l'accès à la destination par son système de visa accompagné d'une promesse de trouver aisément un travail sur le marché de l'emploi.

L'Australie est un pays aisément accessible pour les jeunes français depuis maintenant plusieurs années. Dès 2003, un programme bilatéral a été mis en place entre la France et l'Australie avec la création du Programme Visa-Travail (PVT), *Working Holiday Visa* (WHV) en anglais, permettant aux jeunes de 18 à 35 ans de se rendre pour maximum 12 mois. Les modalités de ce visa correspondent aux attentes des *backpackers* sur plusieurs plans, à savoir :

- même tranche d'âge (18-35 ans) ;
- possibilité de rester pour une longue période avec possibilité de renouvellement si le nombre de jours de travail en ferme est effectué (88 jours dans des secteurs et emplois éligibles) ;
- adapté à leur petit budget : besoin de 3000€ sur son compte avec possibilité de trouver aisément du travail sur place.

Le succès de ce programme se lit dans les chiffres avec 25 000 Français effectuant un PVT en 2018. Comme l'explique le blogueur professionnel Damien Delemarle : « *le WHV existe depuis 2003, c'est récent et il est rôdé, il marche, c'est un moteur bien mis en place* ». Ce visa devient de plus en plus célèbre et fait ses preuves. Rose explique : « *on a regardé les PVT dans plusieurs pays et c'est vraiment l'Australie qui est ressortie* » tout comme Alexandre qui confirme que l'Australie possède « *un système de visa plutôt pas mal où tu peux rester trois ans* ». Le succès de ce visa ne saurait s'expliquer sans le lien étroit avec l'accessibilité du marché du travail qu'il garantit. En effet, la clé du *backpacking* en Australie se trouve dans la possibilité pour le jeune français d'autofinancer son voyage en trouvant facilement un emploi bien rémunéré comme le dit Clément : « *niveau promesses d'embauches, salaires c'est top. Je me dis que c'est le meilleur pays pour profiter sans avoir beaucoup d'argent* ». C'est un critère non négociable pour ces jeunes car si « *l'Australie ça fait rêver* », c'est surtout « *que ça a l'air facile de trouver du travail* » (Hugo) qui garantit « *une bonne paye* » (Aude). Sur nos 20 interrogés, 17 ont pris ce type de visa. Les trois autres ont opté pour un visa touriste comme ils savaient qu'ils ne restaient pas longtemps et qu'ils ne venaient pas pour gagner de l'argent comme Solène : « *On a pris un visa touriste qui nous permettait de faire un travail non rémunéré* ».

- **Le WHV : un système de visa modulé par le gouvernement qui répond à une double-demande à savoir : celle des fermes ayant besoin de main d'œuvre et des *backpackers* souhaitant financer leur voyage.**

Si les modalités du WHV répondent aux intérêts des *backpackers*, elles sont également en phase avec les besoins du marché du travail australien. Comme l'explique Damien Delemarle, l'Australie reste un pays jeune où les besoins en main d'œuvre sont importants, notamment dans les fermes établies dans des régions plus reculées. Il établit la comparaison suivante : « *On a besoin de main d'œuvre extérieure, comme la France avec les Algériens au 20^e, on a besoin de backpackers* ». Selon Carly, responsable d'une auberge du réseau YHA, c'est une réussite de la part du gouvernement australien : « *I think our government has made it easy for backpackers to come, they have purposely set up in a way that makes it easy to get a visa, come here and get work, i think they've done well at marketing that as well* ». Si les emplois sont majoritairement dans le secteur de l'alimentaire avec une grosse part dans les fermes, l'Australie reste un pays « *où tu peux trouver du travail et ça, c'est un point qui est énorme* », il s'agit même du premier point selon Damien avec ce « *besoin de main d'œuvre non qualifiée* » dans les fermes. En définitive, Carly confirme que l'Australie est une destination où « *It's easy to get a job here, easier than it would be in South America or Asia, if you wanted to stay for a year or 2 and set up a life somewhere new, you need a job, there is a lot of work for backpackers, our jobs pay quite well also* ». Faire du *backpacking* en Australie avec un WHV permet au jeune de partir un an avec ses économies tout en finançant son voyage : « *l'autofinancement est le point clé* » (Damien Delemarle).

- **Le *backpacking* : un secteur d'avenir ou menacé en Australie ?**

Afin d'aller un peu plus loin dans la réflexion sur l'efficacité et la durabilité de ce système de visa pour les *backpackers*, nous avons demandé aux responsables des auberges de jeunesse si selon eux, ce serait un secteur prometteur pour le pays dans le futur. Leurs réponses attestent du besoin essentiel de ces jeunes pour l'économie australienne tout en pointant les menaces d'une attractivité en baisse. Les *backpackers* sont considérés comme une main d'œuvre essentielle comme l'explique Bob : « *Backpackers are a key factor in the Australian farming workforce. Australia needs backpackers. It is very important for the economy* ». Bob explique cette importance par le fait qu'un *backpacker* va rester plus longtemps qu'un touriste et va dépenser plus.

Toutefois, quelques ombres sont au tableau en raison de l'attractivité du marché du *backpacking* dans le monde. Si l'Australie était précurseur dans l'offre proposée, de plus en plus de pays s'y mettent. De plus, Louis, responsable d'une auberge, explique que certaines fermes abusent de cette

main d'œuvre et ne respectent pas les conditions de travail. De plus en plus d'articles, de témoignages sont diffusés par les médias pour dénoncer ces conditions ce qui selon lui, est une vraie menace pour la longévité du programme WHV.

II.3.2. Un marché qui s'accompagne d'une offre en hébergement riche et adaptée aux mobilités et attentes des *backpackers*.

Les quelques mots introducteurs de Damien Delemarle résume la situation sur les opportunités d'hébergements pour ces jeunes en ce qu'il s'agit d'un « *moteur bien mis en place* » avec « *des auberges de jeunesse quasiment partout, beaucoup de travail de volontariat comme le HelpX, le wwoofing où il y a des milliers d'annonces* ». Finalement, « *tout est fait pour le backpacker* ». Deux types de mobilités sont possibles dans l'expérience *backpacking* auxquelles vont correspondre des types d'hébergements.

La première désigne la pratique du *roadtrip* avec une mobilité constante, une mobilité en pointillés où on s'arrête à un endroit distinct chaque soir. Les hébergements correspondant peuvent être la voiture, la tente ou encore l'auberge de jeunesse.

La deuxième mobilité est celle d'un long arrêt dans un même lieu, on parle de mobilités en point. Cette fois-ci, le jeune peut être chez l'habitant (*Help X/wwoofing*), louer un hébergement ou encore, résider dans une auberge de jeunesse. On constate ici la dimension transversale des auberges de jeunesse qui joue un rôle central dans le *backpacking*.

- **Un immense territoire maillé par des espaces aménagés pour camper.**

L'immensité de l'Australie incite les *backpackers* à louer ou acheter un véhicule pour se déplacer et voyager en mode *roadtrip*. Il s'agit de mobilités en pointillés dans le sens où chaque soir, il faut stopper le véhicule dans un endroit où il est possible de rester dormir dans le véhicule ou en plantant une tente. Or, comme nous l'avons vu avant, le *backpacker* voyage avec le minimum et ne dispose pas systématiquement de quoi cuisiner, se laver. L'accès à ces équipements fait partie de ces attentes. Il se trouve que les routes australiennes sont bien équipées et aménagées pour garantir la possibilité de trouver un *spot* adapté pour la nuit. En Australie, tout est aménagé pour rendre agréable ce type de mode de vie avec des aires de repos équipées du nécessaire de toilette, de barbecues gratuits. Damien Delemarle confirme que ces aires sont « *extrêmement bien aménagées par rapport à la France* ». Nous reviendrons plus tard sur les moyens utilisés pour trouver ces espaces. Néanmoins, des réglementations sont mises en œuvre pour préserver les espaces naturels

avec l'interdiction de camper, de s'arrêter dans certains espaces protégés. Le balisage du territoire australien est une action récente en raison de la forte hausse du nombre de *backpackers* usant de ce type de pratique au cours des années 2000. Le gouvernement a dû réagir pour protéger ces espaces en instaurant des règles.

- **La richesse du réseau *woofing/Helpx* en Australie.**

A l'inverse, lors d'une expérience *backpacking*, les *backpackers* peuvent choisir de stopper leur itinérance pendant une plus ou moins longue période : on parle de mobilités en pointillés. S'ils peuvent tout simplement prendre un Airbnb ou une colocation, ils peuvent choisir également d'être hébergés par des Australiens en les trouvant sur les plateformes 'workingaway' ou 'HelpX', plus connues en Australie, moyennant une adhésion de 20€ à l'année. Cette pratique est très répandue car elle répond aux exigences économiques et sociales du *backpacker* qui peut dormir et manger gratuitement chez l'habitant en échange de services tout en faisant des rencontres d'autres *backpackers* ou d'Australiens sur place. Le *woofing* constitue un réseau d'adresses très riche en Australie. Nous reviendrons plus tard sur les retours d'expérience de ces *backpackers*.

- **La dimension transversale et le rôle central des auberges de jeunesse.**

Les auberges de jeunesse possèdent un rôle central dans le *backpacking* dans la mesure où elles accompagnent des mobilités variées : que ce soit en points, une semaine ou plus sur place ; ou en pointillés, une ou quelques nuits seulement. Les responsables d'auberges interrogés témoignent de cette temporalité variable. Par exemple, John confirme que sa clientèle de *backpackers français* « *stay quite longer as French did a long way to come to us and some are here to work and not only to enjoy. They are staying quite a long time. In my place, the average for everybody is 4 days but for french people, it is a week or more* » alors que pour Maggie, elle dit qu'ils restent « *on average, two or three nights* ». C'est en cela qu'on peut les qualifier d'hébergement transversal. En Australie, il existe un vaste réseau d'auberges de jeunesse, se reporter à la carte en annexe (*cf annexe 6*) qui recense une grande majorité de ces auberges dont la localisation reflète les itinéraires et espaces les plus fréquentés par les *backpackers*. Une géographie de ces mobilités sera établie plus tard. Au sein de ces auberges, la part de jeunes français est importante comme en atteste John qui estime qu'ils sont environ 25% dans son auberge et qu'il s'agit de la nationalité présente dans le top deux depuis cinq ans avec les Allemands. Ces auberges sont privilégiées comme elles répondent aux critères économiques et sociaux des *backpackers*.

D'un point de vue économique, ces auberges sont toujours classées dans la catégorie « petits budgets » au sein de nos trois guides touristiques. Le prix des nuits peut varier selon si le *backpacker* souhaite une chambre seule, à deux ou à plusieurs (dortoir). La dernière option est souvent celle choisie pour des questions de budget et par l'envie de faire des rencontres. De plus, ces auberges proposent des espaces communs comme la cuisine où le jeune a la possibilité de cuisiner ses repas.

D'un point de vue social, le fait de partager sa chambre et des espaces communs avec d'autres jeunes, le *backpacker* est en mesure de faire des rencontres, de progresser en anglais et de partager des bons conseils, des bonnes adresses sur des expériences vécues. Selon Maggy, responsable, la forte fréquentation de ces auberges par les *backpackers* réside dans l'importance du bouche-à-oreille entre eux. Même si une politique de communication est effectuée sur les réseaux sociaux comme Instagram et Facebook, « *Our better marketing is word to mouth, people come here from listening to other people* ». Pour information, c'est le réseau *Youth Hostel Australia* (YHA) le plus présent avec plus de 60 auberges qui travaillent ensemble pour se développer et accroître leur visibilité avec notamment, la création d'un lobbying très fort auprès du gouvernement en cas de besoin. John, responsable, nous donne l'exemple de l'association *Backpackers Operator Association* dans le New South Wales où plusieurs membres de plusieurs secteurs se sont unis pour faire des demandes au gouvernement pour encourager le *backpacking* comme une demande de baisse du prix des visas. On compte en tout 27 auberges. Enfin, ces auberges peuvent incarner une véritable bulle de vie où les *backpackers* vivraient dans une communauté à part. Si chaque auberge est différente, elles peuvent cumuler plusieurs fonctions selon les services proposés. Afin de dresser un portrait des auberges australiennes, nous avons fait le tour des adresses proposées par les trois guides touristiques. On a obtenu cinq grandes caractéristiques dans lesquelles des fonctions variées peuvent exister.

On constate que la dimension transversale des auberges ne se trouve pas que dans le fait qu'elles répondent à plusieurs types de mobilités mais par les différents services proposés : elles ont une double-transversalité. L'intégralité de ces services nous amène à y lire l'existence d'un « village *backpackers* » comme des interstices sur le territoire australien qui seraient déconnectés du mode de vie australien. Nous reviendrons plus tard sur cette possibilité en convoquant les ressentis de nos interviewés.

En définitive, nous pouvons retenir que de nombreuses possibilités d'hébergement sont développées et des aménagements sont effectués pour répondre aux attentes des *backpackers*. Plusieurs acteurs à plusieurs échelles sont mobilisés.

II.3.3. Le marché du *backpacking* en Australie : vers un marché de plus en plus connecté au risque de compromettre la rupture avec le mode de vie occidental ?

Si le marché du *backpacking* est bien rôdé en Australie via le travail du gouvernement et les acteurs de l'offre, il n'en demeure pas moins que les *backpackers* ont aussi un rôle à jouer pour définir les caractéristiques de ce marché. Leurs pratiques font partie de ce marché qui évolue en fonction d'elles. Or, depuis les années 2010, ces jeunes sont de plus en plus connectés sur les réseaux sociaux qui orientent leurs mobilités sans qu'ils en aient toujours conscience. Les acteurs de l'offre australienne, quoique pouvant regretter ces changements, ont su s'adapter également à ces nouveaux comportements qui compromettent la capacité de rompre avec le mode de vie occidental.

- **Des *backpackers*, plus connectés avec des réseaux qui orientent leurs mobilités.**

Comme nous l'avons vu précédemment, l'usage d'internet et des réseaux sociaux est incontournable chez les *backpackers*. A travers l'analyse de sites internet, de plusieurs groupes Facebook et de comptes Instagram, nous sommes en mesure d'analyser les modifications de leurs usages dans l'expérience *backpacking* et de montrer en quoi ils diminuent la part d'improvisation et de liberté propre au *backpacking*.

- Des réseaux sociaux qui font office de guide touristique numérique orientant les itinéraires des *backpackers* :

La profusion de publications et d'usages sur les réseaux sociaux, alimentés de photographies, d'adresses/de localisations, de commentaires modifie profondément les choix des *backpackers* dans leurs itinéraires où beaucoup se retrouvent sur les mêmes routes, aux mêmes lieux. Nous allons analyser ces usages en commençant par les groupes Facebook, puis par les comptes Instagram.

Les typologies réalisées lors de l'analyse des trois groupes Facebook introduits précédemment montrent que plusieurs usages vont orienter les itinéraires choisis par les *backpackers* : les recommandations réalisées sur un lieu/une adresse ; le partage d'expériences vécues ; le partage d'informations sur un lieu ; ou encore le repost de publications Instagram. Concernant les recommandations, elles sont présentes sur le groupe « Les Français en Australie » au nombre de 33 sur les 232 publications étudiées, comme « Australie- Le guide des backpackers ». Si ce type de publication ne suscite pas nombre de commentaires, elles sont appréciées des *backpackers* qui prennent note de ces lieux. Quant au partage d'expériences présent sur le groupe « Les Français en

Australie » au nombre de 11, ces publications s’accompagnent systématiquement de photographies ce qui augmente l’attractivité de l’expérience vécue et suscite l’envie de vivre la même chose. Ce phénomène visuel conduit les *backpackers* à emprunter les mêmes itinéraires pour visiter les mêmes lieux. Le groupe « Australie – Le guide des backpackers » possède la particularité de se faire le relais d’informations publiées sur son blog et sur des comptes Instagram de *backpackers*. De façon régulière, des publications donnant des informations sur l’offre touristique d’un territoire précis ou d’une ville avec un bon nombre de photographies qui sont relayées sur Facebook. Par exemple, sur la période analysée, on a relevé 4 publications de ce type portant sur : Brisbane, la Côte Est, Fraser Island ou le Centre Rouge. A chaque fois, on y trouve des informations complètes sur : le nombre de jours à y passer ; les transports préconisés ; les prix des activités et les spots à visiter comme nous pouvons le voir sur ce dossier consacré au « Centre Rouge » (*cf annexe 7*). Ce type de publication participe à ce phénomène de direction des itinéraires. Quant au relais de publications sur Instagram, cela conduit le *backpacker*, qui consulte la page du groupe Facebook, à être redirigé vers Instagram pour se perdre dans les comptes de *backpackers* en Australie.

C’est le cas de la publication ci-dessous vendant l’image d’une cascade en même temps que les *backpackers* ayant pris cette photographie avec mention de leur compte Instagram.

Image 5 : Screen d’une cascade publiée sur la page Facebook
« Australie-Le Guide des Backpackers », faisant l’objet d’un
repost d’une publication Instagram de backpackers.



Au sujet d’Instagram, ce réseau social est aujourd’hui très privilégié par les jeunes qui partagent des expériences via des photographies et/ou vidéos. La dimension visuelle est majeure. Afin d’analyser l’usage de ce réseau par les *backpackers* français, nous avons recensé des comptes « types » qui se déclinent en deux catégories à savoir :

- ceux personnels (15 sélectionnés) tenus par des *backpackers* avec un nombre d'abonnés assez variable. On compte : quatre comptes avec moins de 500 abonnés, quatre autres entre 500 et 1000, cinq entre 1000 et 2000, et deux autres à plus de 2000.
- ceux professionnels (7 sélectionnés), tenus par des agences de voyage/des auberges de jeunesse/des blogueurs professionnels avec un nombre d'abonnés assez variable selon le compte à savoir : entre 2500 et 4500 abonnés pour quatre d'entre eux, un autre à près de 7 000 et les deux derniers avec plus de 11 000 abonnés.

Ici, seuls les résultats des comptes personnels nous intéressent comme on analyse les pratiques des *backpackers*. Tout d'abord, sur ces 15 comptes, 8 sont tenus par un couple donnant leurs deux prénoms au compte contre 7 *backpackers* individuels. Dans le premier cas, le compte a systématiquement été créé dans l'objectif même de partager des photographies de leurs expériences en Australie. Cependant des pratiques similaires sont repérables sur l'intégralité des comptes à savoir : la publication de *stories* thématiques selon le lieu visité ; l'indication de la localisation de la photographie ; le vocabulaire utilisé pour décrire le compte. L'usage du champ lexical du voyage est omniprésent avec des citations accrocheuses et incarnant l'univers du *backpacking* comme « *Je voyage parce que la vie est courte et le monde est immense* », ou encore le slogan accrocheur « *Have a break, have a 4x4* » ou de simples présentation « *French Travel Couple, Sur la route, en recherche de job* ».

A ce titre, le nuage de mots suivant a pu être réalisé. On constate que le descriptif le plus utilisé est « FrenchTravelCouple » qui en dit long sur l'origine, le profil des voyageurs et leur but. A ces termes sont associés souvent le lieu fréquenté, ici « l'Australie » et l'activité « *roadtrip* » et « *travel* ».

Figure 8 : Nuage des mots clés revenant le plus sur les comptes Instagram analysés. Réalisation personnelle à l'aide du site internet :

<https://nuagedemots.co>.



Enfin, concernant le type de contenu des publications, on observe deux logiques à savoir :

1. « Nature/Animal-based » : des publications de paysages traversés et/ou d'animaux d'Australie. Dans ce cas, le *backpacker* n'apparaît jamais sur la photo. Seule la faune, la flore ou la ville sont présentes avec une légende qui peut être d'ordre poétique/amusante, ou le plus souvent, la légende raconte leur voyage. Il s'agit souvent de kangourous et de koalas

concernant les animaux (cf image 6 ci-dessous), ou bien des photographies de plages, de la mer pour la nature, ou encore de points de vue sur des villes pour ce qui est des milieux plus urbains (cf image 7).

Image 6 : Screen de publications typiques des animaux d'Australie sur des comptes Instagram de backpackers.

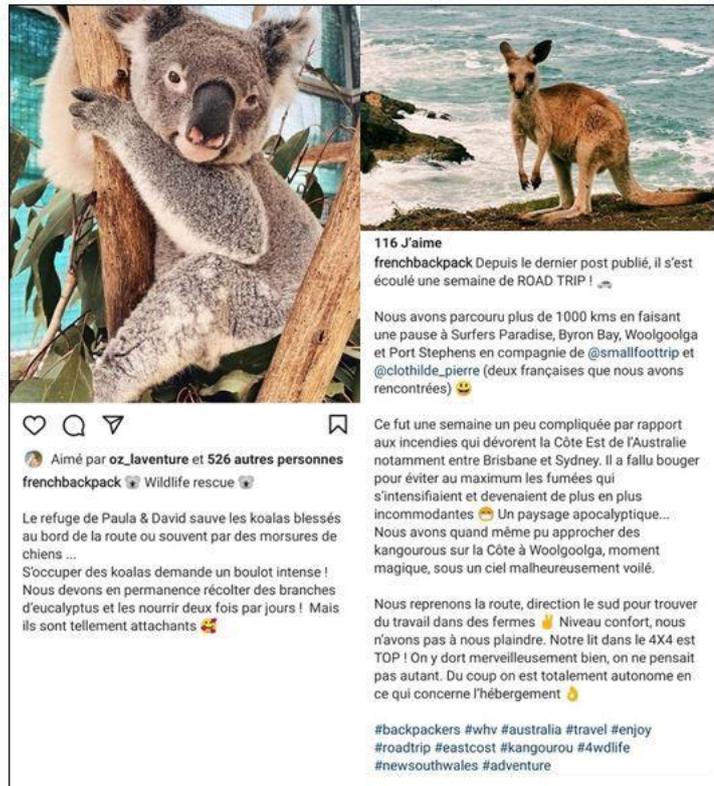
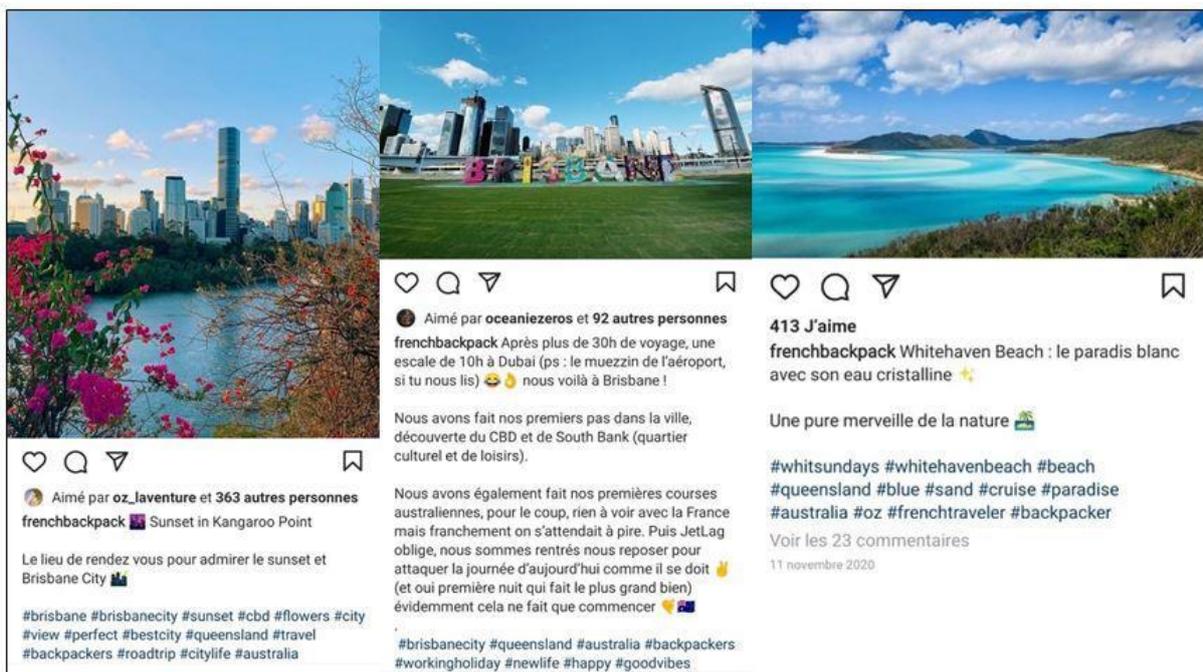


Image 7 : Screen de publications typiques des espaces urbains et naturels publiées sur des comptes Instagram de backpackers.



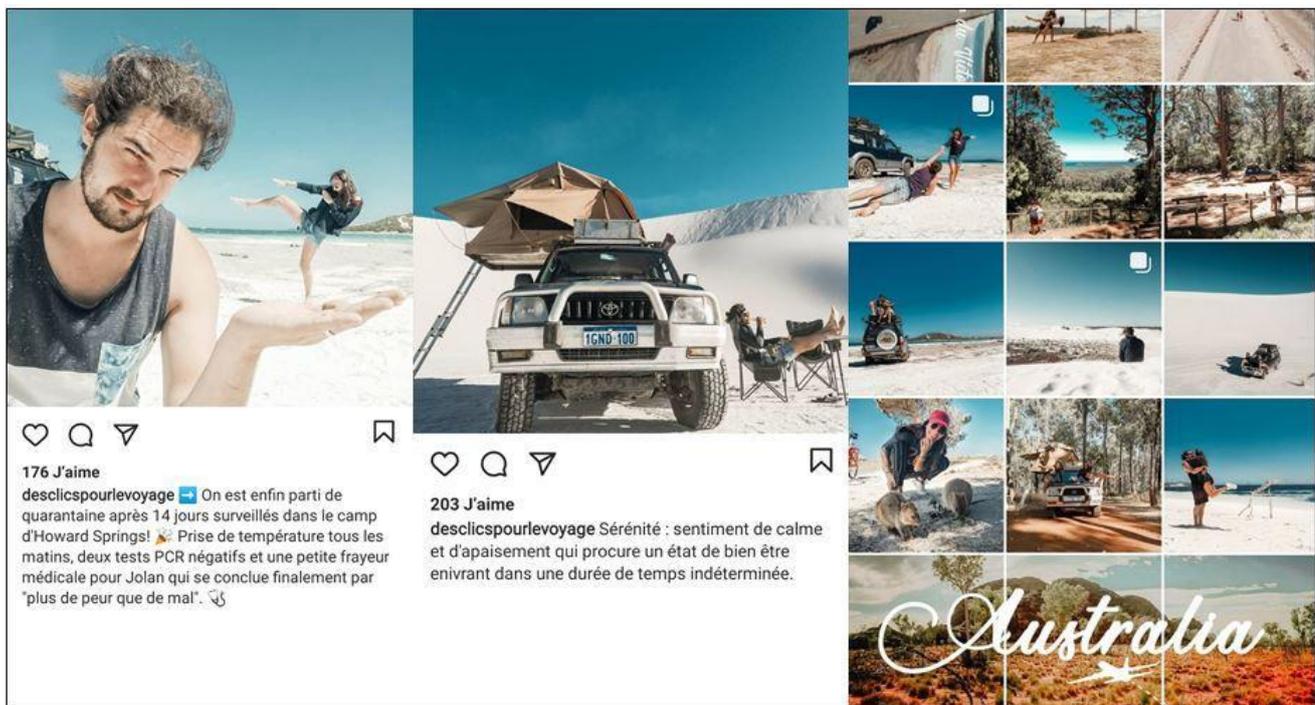
2. « Mise en scène de soi » : des publications où le *backpacker* se prend devant les paysages traversés ou avec les animaux rencontrés. Ce processus de mise en scène est très courant. Dans notre société contemporaine ultra-connectée, ultra-mobile, cette logique d'être vue par les autres est recherchée. Les jeunes s'attardent à adopter des poses toujours plus originales, ou qui attirent le regard pour susciter l'envie de ceux qui regardent/les suivent (leurs abonnés). C'est par exemple le cas du compte de cette jeune française sans cesse mise en scène (cf image 8 ci-dessous). Si ce type de mise en scène de soi est omniprésent chez la figure du touriste, elle peut également être présente chez le *backpacker* mais en moindre mesure.

Image 8 : Screen d'une partie d'un compte Instagram d'une backpackeuse française comportant que des publications type « mise en scène de soi ».



Concernant le *backpacking*, il s'agit surtout de raconter une histoire, l'histoire de leur expérience en *backpack*, à travers des photos d'eux. On peut le voir sur ces photographies publiées par un couple français qui se met en scène en même temps que la légende fait état de leurs péripéties à savoir : leur départ après une quarantaine de 14 jours, ou leur halte sur une plage avec leur 4x4 en guise de logement (cf image 9 ci-dessous). Bien souvent, l'agencement du compte Instagram est réfléchi comme s'il s'agissait d'un guide de voyage numérisé comme en atteste ce screen suivant réalisé du même compte (cf image 9, screen tout à droite).

Image 9 : Screen des publications d'un couple français de backpackers où la mise en scène narrative fait de leur compte un carnet de voyage en ligne.



Il apparaît que l'intégralité des comptes des *backpackers* alterne ces deux logiques de publications, selon les goûts de chacun, comme en atteste le screen d'un compte ci-dessus. Chaque photographie comporte une légende qui narre leurs péripéties. Il s'agit de la spécificité des comptes Instagram des *backpackers* qui, contrairement aux touristes, s'en servent pour raconter une histoire au moyen de mises en scènes, de légendes narrant leurs péripéties. Cette hybridité/mixité leur est singulière. Instagram apparaît comme un véritable carnet de voyage en ligne. Enfin, ces comptes participent à l'alimentation des imaginaires des *backpackers* en Australie et aident à la définition d'itinéraires, de territoires à traverser, de lieux à visiter.

L'usage majeur de ces réseaux sociaux, Facebook comme Instagram, par leur dimension visuelle et interactive, orientée de façon consciente ou non les mobilités et les pratiques des *backpackers*. Ces réseaux incarnent le nouveau guide touristique des *backpackers*.

➤ Des applications qui participent à l'orientation des mobilités et itinéraires des *backpackers* :

De même que les réseaux sociaux, il existe des applications qui, en fournissant des informations aux *backpackers* sur ses mobilités, vont encadrer, et donc limiter, le choix des itinéraires empruntés. Or, si le *backpacking* se caractérise par l'improvisation du parcours, comme le dit Joseph « *c'est au jour le jour* », cette caractéristique fondamentale est compromise. Les applications les plus connues sont « WikiCamps Australia » et « CamperMate » qui permettent de recenser, en les localisant, les hébergements les plus proches. Elles s'adressent notamment aux *backpackers* faisant du camping dans la mesure où elles permettent d'encadrer et de limiter les lieux de campement. Si l'objectif premier est avant tout protéger les espaces naturels du camping sauvage, elles contribuent à orienter et décider des itinéraires à emprunter et des lieux où s'arrêter. Aude témoigne avoir « *trouvé un free camp sur l'application wikicamp* » lors de son *roadtrip*.

Les réseaux sociaux comme les applications, en orientant les mobilités des *backpackers*, contribuent non seulement à limiter leur part d'improvisation pourtant singulière au *backpacking*, mais aussi à les rassembler au sein de mêmes pratiques, mobilités et itinéraires comme des touristes qui visitent les mêmes lieux. La catégorie hybride affirmée du *backpacker* semble évoluer vers un rapprochement du touriste ou alors il s'agit de la modernité du *backpacker* caractérisé par une connexion et un usage des NTIC.

- **Ces changements dans le comportement des *backpackers* peuvent compromettre le sentiment de rupture avec le mode de vie occidental ou la popularité du marché australien.**

L'usage de ces réseaux sociaux, d'internet et des applications a provoqué un changement dans le comportement des *backpackers* actuels qui sont moins indépendants et ont besoin d'être guidés dans leurs choix. C'est notamment le ressenti dont nous a fait part John, responsable d'une auberge. Selon lui, le marché du *backpacking* a changé et change au cours des années. Avant, les jeunes « *were a little more independant* » alors qu'aujourd'hui « *the new generation are become a little bit more conservative, more afraid of doing things* » et ce, en raison de façon « *obvious* » du rôle des

nouvelles technologies. Si avant ils pouvaient « *just sitting around and reading books* », aujourd’hui les auberges “*have to make sure they have, like a free glass of wine and do some others stuffs*” (John).

Les acteurs de l’offre, y compris les auberges, ont dû adapter leurs offres à ces nouveaux comportements et nouvelles attentes en proposant bien plus d’activités que ce soit en journée ou en soirée. Les *backpackers* sont bien plus encadrés et guidés de nouveau comme ils le sont par les réseaux sociaux. John explique que son auberge organise « *more activities than we would have done twenty years ago* ». Par exemple, “*twenty years go, we would have said « this is your room, see you later »* », alors que de nos jours, ils disent “*it is your room and see you tonight for a special party* ». De même, en plus de l’organisation de ces activités, ces acteurs de l’offre sont de plus en plus présents sur les réseaux sociaux pour faire la promotion visuelle de leurs offres. L’étude de sept comptes professionnels sur Instagram a confirmé cette nouvelle pratique. Parmi ces sept comptes, on trouve :

- 2 agences de voyage australiennes : une spécialisée dans l’aide au départ des futurs *backpackers*, l’autre dans la vente d’expériences à faire dans les Whitsunday et de la Barrière de Corail ;
- 2 réseaux d’auberges pour *backpackers* : YHA et un compte centré sur les auberges de Cairns et Sydney « Madmonkeybackpackers » ;
- 3 blogueurs professionnels français : créés suite à leur voyage en Australie, ils ont voulu se lancer dans l’aide des futurs Français s’y rendant dans les démarches à faire. Nous les avons déjà présentés plus haut (« Océaniepourleszeros » par Damien Delamarle, « AustralieGuidepourlesBackpackers » par un couple de Français et « Mailloinoz » par Mail Lo).

L’analyse de ces pages a révélé deux logiques principales de publications qui révèlent l’adaptation de ces acteurs aux nouvelles pratiques des *backpackers*.

Tout d’abord, ces acteurs publient leurs offres et activités à travers des photographies attractives. Par exemple, le réseau des auberges YHA fait la promotion de ses activités, comme on peut le voir sur les photographies ci-dessous faisant la promotion : du yoga proposé sur le *rooftop* d’une de ses auberges, ou encore des sorties organisées au parc d’attraction Luna Park ou à l’opéra de Sydney (cf image 10).

Image 10 : *Screen des publications du compte Instagram du réseau YHA pour la promotion des activités qu'elles proposent.*



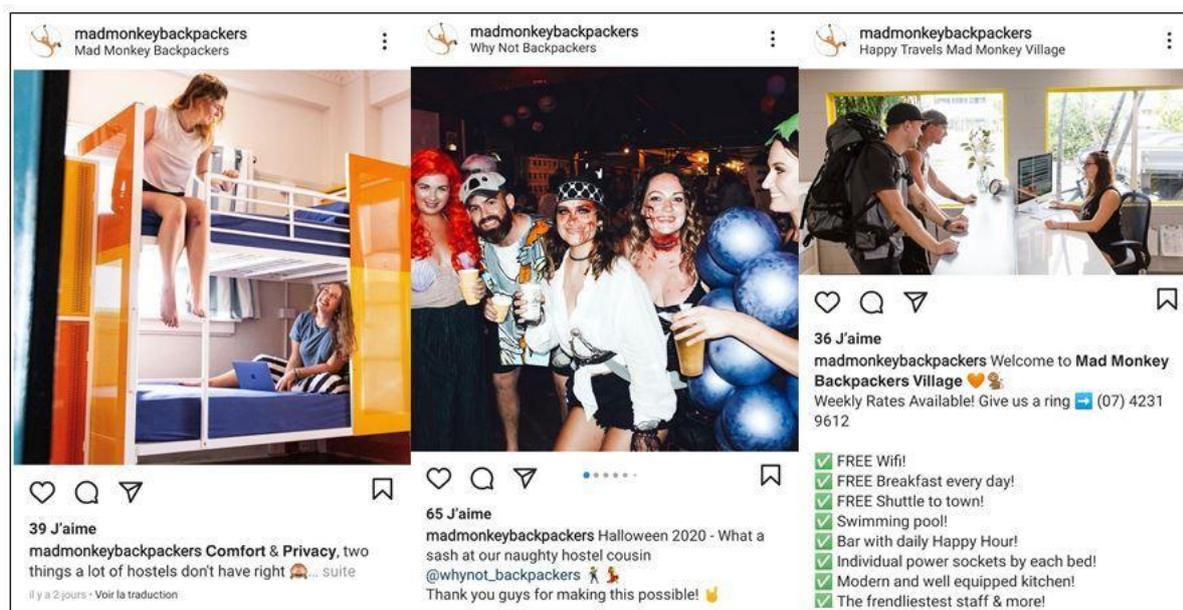
Elle fait aussi la promotion de son cadre de vie, de l'atmosphère détente proposée dans ses auberges comme avec la photographie vue de haut de la piscine de Byron Bay YHA, ou des bungalows présents à Bungalow Bay YHA (cf image 11).

Image 11 : *Screen des publications du compte Instagram du réseau YHA pour la promotion du cadre de vie qu'elles offrent aux backpackers.*



Madmonkeybackpackers fait de même en mettant en scène des *backpackers* dans ses auberges : deux jeunes filles souriant dans un lit superposé, cinq jeunes déguisés pour leur soirée spécial Halloween, deux jeunes arrivant à la réception et bien d'autres (cf image 12).

Image 12 : Screen des publications du compte Instagram du réseau Madonkebackpackers pour la promotion des services offerts aux backpackers



Les prestataires d'activité font la promotion de leur offre via la publication de photographies attractives sur les expériences vendues comme une série d'images aériennes des Whitsunday visibles sur la photographie ci-dessous (cf image 13). Les blogueurs s'en servent pour faire la promotion de leurs packs d'aide.

Image 13 : Screen du compte professionnel Instagram pour faire la promotion de ses sorties aériennes au-dessus des Whitsunday Island.



Par la suite, ces comptes jouent aussi le relais d'informations pratiques sous forme de témoignages d'autres *backpackers*, de questions/réponses pour créer un espace de dialogue ou encore, dans la création de stories thématiques. Par exemple, on trouve des *stories* sur les conditions d'obtention du visa, ou des normes Covid et bien d'autres.

En définitive, l'évolution des pratiques des *backpackers* de plus en plus connectés, a conduit à une modification de leurs mobilités et de leurs itinéraires plus orientés. Ces jeunes ont plus d'attentes vis-à-vis des acteurs de l'offre australienne en termes d'activités, d'organisation. Ces acteurs se sont adaptés à l'évolution du marché en définissant de nouvelles offres qu'ils partagent sur les réseaux sociaux. Cette évolution du marché peut sembler être une menace pour garantir la rupture avec le mode de vie occidentale dans la mesure où, la connexion et l'usage des NTIC ainsi que la consommation d'activités de loisirs sont caractéristiques de ce système sociétal. Le ressenti des *backpackers* et des responsables des auberges de jeunesse à ce sujet seront analysés ultérieurement.

Plusieurs facteurs poussent ces jeunes français à partir en Australie dont les plus forts sont ceux directement liés aux singularités du pays à savoir : sa langue, son climat, sa faune et sa flore mais surtout, la richesse du marché adressé aux *backpackers*. Le gouvernement australien, suivi par d'autres acteurs, a su déployer un véritable marché facile d'accès pour ces jeunes qui obtiennent rapidement un visa de longue durée avant de trouver du travail sur place pour autofinancer leur voyage tout en profitant du pays via la réalisation d'un ou plusieurs *roadtrip*. L'attractivité de cette destination ne cesse de s'intensifier de par l'importance du bouche-à-oreille positif existant en France, ainsi que par l'essor d'un marché digitalisé où les jeunes et les acteurs australiens sont de plus en plus connectés sur les réseaux. Il en résulte un marché *backpacking* riche d'opportunités et très attractif.

L'ensemble de ces facteurs définissent les motivations de ces jeunes avant de partir. A présent, il convient de voir si ces attentes sont satisfaites ou non. Pour finir, nous analyserons l'étape du retour en France et des apprentissages réalisés ou non afin de qualifier la nature de cette expérience *backpacking*.

III. Une double-satisfaction du jeune *backpacker* français, autoentrepreneur de soi-même, envers son expérience *backpacking*, avec un retour parfois difficile.

Dans cette dernière partie, nous allons démontrer en quoi ces *backpackers* français sont satisfaits par leur expérience en Australie sur deux plans : externe, par les opportunités offertes par le marché du *backpacking* ; et interne, dans les rencontres réalisées et expériences vécues (hypothèse 3). Enfin, si cette satisfaction semble se poursuivre à leur période de retour en France, il n'en demeure pas moins que la situation est plus complexe. Certes, ces jeunes rentrent satisfaits et ont acquis des apprentissages variés mais ce retour peut être compliqué pour certains d'entre eux. Il conviendra de préciser ces diverses réactions sur le court et long terme (hypothèse 5). La prise de recul qu'ils ont sur le retour de leur expérience va nous amener à affirmer le statut d'autoentrepreneur de leur propre expérience *backpacking* sur divers plans : financier par l'autofinancement ; social et expérientiel dans les rencontres et expériences réalisées ; ou encore psychologique dans les avancées personnelles et apprentissages choisis et effectués. La pluri-dimension du statut d'autoentrepreneur vient rejoindre la dimension hybride affirmée avant du *backpacker*.

III.1. Des pratiques et mobilités en phase avec les imaginaires du *backpacker* et qui attestent son statut hybride: un autoentrepreneur de son voyage.

Sur le plan externe, les caractéristiques vues précédemment du marché du *backpacking* australien sont en mesure de satisfaire pleinement le jeune *backpacker* français. Ce dernier est en mesure d'autofinancer son voyage grâce à l'obtention rapide d'un travail où son salaire va lui permettre de voyager et de réaliser des activités. Il est autoentrepreneur de soi-même sur le plan financier. Ces mobilités sont toutefois très orientées avec l'existence d'une véritable géographie du *backpacking* qui est déséquilibrée à l'échelle nationale.

III.1.1. A la recherche systématique d'un emploi : le *backpacker* est un autoentrepreneur de son voyage, il l'autofinance.

La recherche systématique d'un travail une fois sur place a été définie comme une des douze caractéristiques du *backpacker* comme Rose qui « partait avec l'idée qu'elle y allait pour travailler ».

Si le jeune doit avoir un minimum sur son compte avant de partir, il n'a pas l'intention de tout dépenser sur place mais souhaite gagner de l'argent. Cet autofinancement du voyage est un objectif : « *C'était quand même de financer le voyage en travaillant là-bas, on ne voulait pas mettre toutes nos économies* » (Rose). C'est en cela que nous affirmons que le *backpacker* peut être assimilé à un autoentrepreneur. Il apprend à vivre de façon autonome, à chercher un travail et à gérer ses dépenses ce qui n'est pas sans difficulté comme le souligne Damien Delemarle : « *Je le dis souvent mais, le PVT, c'est comme devenir entrepreneur de sa vie et être entrepreneur ce n'est pas donné à tout le monde. Soit on l'a, soit on ne l'a pas* ».

Néanmoins, comme nous l'avons vu précédemment, la jeunesse du marché du travail australien et son besoin en main d'œuvre non qualifiée étant importante, l'Australie est un pays où il est facile de trouver un travail : « *On a eu de la chance de trouver vite du travail* » (Rose). Plusieurs moyens peuvent être mobilisés.

- **Une pluralité de moyens mobilisés pour trouver un emploi : entre moyens traditionnels et modernes.**

A la question « par quel(s) moyen(s) avez-vous cherché/trouvé un travail ? », les réponses des *backpackers* attestent, non pas l'existence d'une voie royale pour en trouver, mais bien d'une pluralité de possibilités que nous avons classées en deux catégories.

La première désigne les moyens plus « traditionnels » au sens où ils ne nécessitent pas de faire appel aux nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC). Ces trois moyens font appel au contact humain direct :

- Le bouche-à-oreille pratiqué au sein des auberges de jeunesse, que ce soit entre *backpackers* ou via la réception de l'auberge : quatre interviewés ont privilégié ce moyen ;
- Le porte-à-porte dans les restaurants/bars/entreprises pratiqué par cinq d'entre eux ;
- Le recours à des boîtes d'intérim pour quatre d'entre eux.

La deuxième désigne les moyens « modernes » en ce qu'ils font appel à l'usage des NTIC, notamment les téléphones portables. Ainsi, ces jeunes vont aller chercher du travail via :

- Internet de façon général en allant sur des sites internet de recherche d'emplois : sept interrogés disent en avoir eu besoin.
- Facebook pour deux d'entre eux : on trouve sur certains groupes des propositions d'emploi. Joseph a trouvé son travail sur Facebook, il dit : « *Par Facebook, l'Australie passe beaucoup par internet* ». Par exemple, on a relevé 32 publications sur les 242 étudiées à ce sujet sur le groupe « Les Français en Australie ». Ces publications sont souvent pour des emplois dans les

fermes comme les trois suivantes où la personne qui publie l'annonce peut aussi bien être, le *backpacker* lui-même (cf image 14, screen 1 et 2 ci-dessous), ou les propriétaires des lieux (screen 3 ci-dessous). Dans chaque cas, il s'agit d'un message chaleureux contenant toutes les informations nécessaires sur l'emploi en question. On constate des similitudes : aucune compétence spécifique n'est requise ni même expérience dans le domaine et l'atmosphère conviviale sur place est mise en avant.

Image 14 : Screen de trois annonces d'emploi publiées sur le groupe Facebook "Les Français en Australie".

<p>Tractor/forklift driver position - Maffra Victoria</p> <p>Hello, je quitte mon job sur une salad farm a Maffra (3h east Mlb)</p> <p>Ma manager me demande de lui trouver quelqu'un pour me remplacer :</p> <ul style="list-style-type: none"> - tractor driver exp - forklift ticket (ca se fait rapido pour 500\$) - 35-70h/ semaine depend on weather & supermarket orders - 26-28\$h dépend expérience (shift entre 5h & 12h) vous pouvez demander à la manger plus d'heures si besoin. <p>Tu vas bosser avec des Aussie & backpacker Et tout le monde est plutôt cool ici donc c'est plutôt bon job.</p> <p>Starting ASAP</p> <p>Pm me CV (experience exigée)</p>  <p style="text-align: right;">Screen 1</p>	<p>PLAN FERME / NORTH QUEENSLAND</p> <p>Hey!</p> <p>La ferme où je travaille cherche quelqu'un pour me remplacer avec possibilité de travailler immédiatement.</p> <p>Je quitte ma position de « domestic » pour un autre rôle dans la ferme mais honnêtement j'ai passé 9 mois fantastiques.</p> <p>Tu dois être un minimum organisée et travailleuse tout de même mais l'équipe et la famille sont juste géniaux!!</p> <p>Si tu veux plus de détails, n'hésite pas à me contacter.</p> <p>Cheers 🍷</p>  <p style="text-align: right;">Screen 2</p>	<p>Salut tout le monde,</p> <p>Notre cattle dans le Queensland (proche Charters towers) recherche 3 travailleurs pour aller jusqu'à mi décembre ou plus.</p> <p>500\$ la semaine + Food et accomodations inclus (très rustique) et ça compte pour les 88 jours.</p> <p>Attends toi à faire du mustering en quad et tout ce qui concerne les missions d'une Cattle.</p> <p>Tu passera aussi beaucoup de temps dans le yard à préparer les vaches, coupage de cornes, etc...</p> <p>Les journées sont longue et bien rempli ce qui est parfait puisqu'il n'y a pas de réseau 😊.</p> <p>Si tu n'a pas d'expérience, ce n'est pas grave il faut simplement que tu soit solide physiquement et mentalement. Wayne et Tina se feront une joie de t'apprendre tout les tips pour devenir un comboys de l'outback australien. 😊</p> <p>Si l'expérience vous tente, contactez Egera station après 19h au 0747876470</p> <p style="text-align: right;">Screen 3</p>
---	---	---

Le *backpacker* peut être considéré comme un autoentrepreneur de son expérience *backpacking* par ses recherches qui sont systématiques et hybrides afin de trouver un emploi. Ainsi, il peut faire appel aussi bien à des moyens de recherche anciens comme modernes.

Le type d'emploi réalisé appartient souvent à deux grands secteurs à savoir : le travail en ferme qui est prépondérant ; ou celui dans le milieu de la restauration. D'autres types d'emplois moins orientés peuvent également être réalisés.

- **Le travail en ferme est un secteur prépondérant chez les *backpackers* avec des vécus distincts : entre satisfaction et déception.**

Le travail en ferme est le plus répandu chez les *backpackers*. Si le nombre exact de fermes n'est pas connu, le couple de Français ayant créé le blog « Australie- Le Guide des Backpackers » a essayé de

recenser un maximum pour faciliter la recherche d'un emploi : plus de 400 contacts y sont enregistrés. La nature du travail consiste souvent à faire du *picking* de fruits et/ou de légumes toute la journée alors que les horaires sont variables d'une ferme à l'autre comme en atteste le vécu d'Alexandre qui « *a travaillé deux semaines dans la maintenance de plants de framboise, trois semaines de ramassage de fraises dans une grosse compagnie, une semaine de pommes et deux mois et demie de ramassage de patates avec des horaires bien différents pour certains* ». Par exemple, s'il terminait son travail à 18h en France, il finissait à 23h en Tasmanie pour reprendre à 7h soit, 15 heures par jour. A l'inverse, lors de la récolte des pommes de terre, Alexandre explique que c'était plus cool comme il travaillait quatre jours de suite avant d'avoir un jour de repos.

Il est courant de parler d'un véritable *business* pour ces jobs en ferme dans la mesure où il s'agit d'emplois non qualifiés que les Australiens ne veulent pas faire avec des conditions de travail plus ou moins difficiles. La présence des *backpackers* est attendue par les propriétaires comme en témoigne la publication de l'article, présenté plus haut (*cf image 3*), dans le journal *The New Daily* qui fait part du manque de main d'œuvre dans les fermes depuis la crise sanitaire du Covid 19. Cet article a été partagé sur le groupe Facebook « *Australie, le guide des backpackers* ». La dimension *business* vient aussi du fait que ce travail possède une finalité intéressante pour ceux qui souhaitent renouveler leur visa pour une deuxième année. En effet, un nombre précis de jours de travail en ferme est nécessaire comme l'explique Alexandre : « *c'est surtout que les fermes, il y a l'appât des 88 jours pour le deuxième visa* » ce qui explique qu'il « *allait plus chercher dans les fermes pour pouvoir faire les jours permettant de faire la deuxième année* ». Ainsi, si ce *business* des fermes est connu et vécu par les *backpackers*, il n'en demeure pas moins qu'il possède une mauvaise réputation dans la communauté des *backpackers* comme Aude qui « *a reçu pas mal de mauvais échos des fermes comme quoi c'était dur, pas toujours bien payé, des effets de concurrence entre backpackers sur les kilos que tu ramasses* ». Elle en déduit qu'il vaut mieux « *faire du bouche à oreille pour les fermes* ».

Enfin, concernant le vécu des *backpackers* dans ce domaine, il est très variable selon la personne, la ferme où elle se trouve et les conditions de travail. Nos interviewés nous ont fait part de bonnes comme de mauvaises expériences. Par exemple, Cyril, qui a travaillé deux semaines en ferme, productrice d'aubergines, dit que ça a été un « *truc horrible* ». Il était bloqué là-bas sans voiture pour se déplacer, le logement était insalubre avec des araignées partout et le boulot était éreintant. A l'inverse, Alizée, qui a passé trois mois en ferme, les qualifie des « *meilleurs souvenirs qu'[elle a] gardés* ». Cela avait beau être « *galère et dur* » comme « *on se levait à 5h du mat* » mais l'ambiance était bonne. Alizée était logée dans un « *camp de Français* » où chaque matin, ils faisaient du covoiturage.

En définitive, le travail en ferme est un secteur d'emploi privilégié chez les *backpackers*, 14 de nos interviewés, malgré le *business* qu'il représente pour l'Australie. Les conditions de travail et le ressenti dans ce travail est très variable selon le jeune et la ferme où il se trouve.

- **Le secteur de la restauration est vécu comme un emploi satisfaisant et plaisant.**

Le deuxième secteur privilégié par les *backpackers* est celui de la restauration dans la mesure où il ne demande pas de compétence spécifique sauf s'il s'agit d'être *barman* auquel cas une licence pour servir de l'alcool est nécessaire. Contrairement à la France, les Australiens sont bien moins exigeants sur les expériences passées des candidats pour un poste. Ils donnent bien plus la chance au nouveau venu. Nous reviendrons plus tard sur cette mentalité australienne dans le domaine du travail en faisant part du ressenti des *backpackers*.

Le milieu de la restauration est réputé pour être un secteur plaisant au niveau des conditions de travail. Six de nos interviewés ont vécu ce type d'expérience comme Aude qui a pu travailler avec son copain dans un « *restaurant italien au sein du plus gros hôtel de la ville* ». Ils y ont passé trois magnifiques mois : un « *job qui était top, on était bien payés, on a trouvé une superbe coloc dans une maison avec piscine* ». Par conséquent, le milieu de la restauration, quoique moins recherché que celui des fermes, reste une solution d'emploi privilégiée par les *backpackers*.

- **Une diversité d'autres emplois avantageux pour le *backpacker*.**

D'autres emplois sont exercés par les *backpackers* français. Ils sont variés et possèdent surtout deux avantages attendus à savoir, en termes financiers et de temporalité. Ces deux critères sont majeurs dans l'obtention d'un emploi devant garantir : un bon salaire et du temps pour voyager par la suite. Si les exemples sont multiples, nous allons nous appuyer sur les expériences de nos interviewés qui sont dix à avoir eu des emplois dans d'autres domaines.

A commencer par le secteur de la construction (BTP), trois d'entre eux ont travaillé sur des chantiers de façon intense comme Henri qui travaillait sur le chantier de « *la construction de la nouvelle base militaire navale qui va se trouver en South Australia* ». Henri a la particularité de ne plus être un *backpacker* désormais. Il s'apprête à signer un contrat temps plein dans l'entreprise pour s'installer en Australie. Cyril et Joséphine ont également travaillé dans ce type de secteur : un chantier de panneaux solaires. L'avantage qu'ils y voyaient était le rythme de travail à savoir : trois semaines sur le site du chantier situé en arrière de la côte où ils sont nourris et logés, puis une semaine de repos où l'entreprise leur offre leur vol retour sur Perth où ils vivent. Ce rythme de

travail/voyage leur convient parfaitement en plus d'avoir un bon salaire comme le dit Cyril, il y voit « *une semaine de vacances où tu fais ce que tu veux : prendre un van et partir* ».

Un autre travail pratiqué par deux interviewés était celui de livreur à vélo chez Ubereat. Il offre une flexibilité majeure comme le jeune choisit son temps de travail et est en mesure de le réaliser dans le lieu de son choix. Par exemple, Clément a pu travailler à Brisbane en semaine et également sur la côte le week-end.

Deux autres interviewés ont travaillé pour une entreprise de vente de panneaux solaires en faisant du porte-à-porte dans la ville. Ça a été un travail très apprécié dans la mesure où elles pouvaient progresser en anglais et gagner confiance en elles.

Enfin, nous avons même un interviewé qui a fait du travail à la chaîne en entrepôt qui a finalement été vécu comme une « *vraie leçon d'humilité où humainement, j'ai rencontré des gens que je n'aurais jamais rencontrés* » (Alizée).

En définitive, en parallèle du secteur des fermes et de la restauration, d'autres emplois sont exercés par les *backpackers*. Ils sont tous en mesure de garantir un bon salaire permettant au *backpacker* d'avoir plus de temps pour autofinancer son voyage.

Par conséquent, de par l'ensemble des vécus de ces jeunes *backpackers* français dans le monde du travail, nous sommes en mesure d'affirmer qu'il en émane une certaine satisfaction vis-à-vis du monde du travail des *backpackers* en Australie. Cette satisfaction est qualifiée d'externe comme elle est en lien direct avec les caractéristiques du marché du *backpacking* qui n'est pas directement lié à la volonté du jeune. Ainsi, cet emploi leur garantit un bon salaire et donc la capacité d'autofinancer leur voyage, gain d'une temporalité réservée au voyage : plus le salaire est élevé, plus le temps consacré au voyage peut être important et les dépenses élevées. De plus, cette demande des *backpackers* vient satisfaire les besoins du marché australien comme l'explique si bien John : « *the most important one is, Australia is dependant of backpackers who want to work* », le marché du travail australien dépend de cette main d'œuvre. C'est un processus à double-sens.

A présent que nous avons vu que les *backpackers* gagnent suffisamment pour voyager, statut d'autoentrepreneur sur le plan financier, il convient d'analyser les différentes mobilités exercées en fonction de leurs attentes pour voir s'ils sont satisfaits des transports mis à disposition en Australie.

III.1.2. Des salaires qui leur offrent l'opportunité de voyager dans le pays : une satisfaction interne dans les mobilités possibles.

Afin de savoir si ces jeunes *backpackers* sont satisfaits de leurs mobilités au sein du pays, une rubrique entière a été consacrée à saisir la nature de leurs mobilités dans le guide d'entretien. On obtient alors trois pratiques de mobilités répondant à des visées distinctes auxquelles le type de transport est adapté. Chaque mobilité s'accompagne d'une socialisation différenciée au sens de, avec qui le *backpacker* réalise cette mobilité. Ces trois mobilités sont explicitées dans le tableau suivant.

Figure 9 : *Tableau des trois types de mobilité du backpacker. Réalisation personnelle sur Word.*

Mobilité	Visée	Transport(s)	Socialisation
Roadtrip	Voyage en <i>backpack</i> sur les routes australiennes.	.achat et/ou location d'une voiture/van (majorité), . bus et/ou train (minorité).	. compagnons de route rencontrés sur place, . seul ou avec la/les personne(s) avec qui le jeune est parti.
Séjour en ville	Voyage en <i>backpack</i> dans la ville (majorité).	Transports en commun.	. compagnons de route rencontrés sur place, . seul ou avec la/les personne(s) avec qui le jeune est parti.
Voyage touristique	Voyage dans un pays proche de l'Australie.	Avion.	seul ou avec la/les personne(s) avec qui le jeune est parti.

Nous allons étudier chacune de ces mobilités pour en préciser les caractéristiques associées au *backpacking*.

- **La pratique du *roadtrip* : la mobilité privilégiée chez le *backpacker*.**

La pratique du *roadtrip* désigne, si on décompose, le fait de faire un voyage (*trip*) sur les routes (*road*) à la manière de Jack Kerouac sur les routes américaines. Comme l'explique Damien, l'Australie possède cette faculté de faire rêver ces jeunes par « *ses longues distances infinies des roadtrip où tu fais des milliers de kilomètres sans voir personne, c'est le côté 'wouah, seuls au monde'* ». Cette pratique présente des caractéristiques recoupant celle du *backpacking* à savoir : une mobilité sur une plus ou moins longue période sans toujours savoir où l'on va (faible degré d'organisation, grande flexibilité), être en quête de découverte du monde, de soi tout en faisant des rencontres au gré de la route, le tout avec un petit budget et une simplicité recherchée. Nous allons découper notre analyse

en plusieurs rubriques à savoir : les transports empruntés, la nature des rencontres et les hébergements choisis. Quant aux parcours, itinéraires empruntés et territoires traversés, nous étudierons plus tard la géographie australienne du *backpacking*.

- L'existence d'un riche marché des transports propices au *backpacking* : entre location/achat de voitures et réseaux de bus et trains.

Comme nous l'avons vu précédemment, la mobilité du *backpacker* est en pointillés contrairement au *traveler* et au touriste. Lorsque le *backpacker* n'effectue pas un long arrêt pour travailler, il est en *roadtrip* sur les routes australiennes. Deux logiques de transports sont possibles.

D'une part, la pratique dominante est l'achat ou la location d'un véhicule pour faire face à l'immensité du territoire : sur nos 20 interviewés, 11 ont acheté tandis que 6 autres ont loué. Se procurer un véhicule est l'une des premières choses faites sur place comme Hugo et ses amis qui ont « *acheté un 4x4 dès qu'on est arrivés tous les quatre comme c'est immense, donc dès que tu veux bouger un peu tu as vite 3/4h de route* ». Il existe deux moyens privilégiés pour s'en procurer. Ils font tous les deux appels à l'usage des nouvelles technologies. Tout d'abord, le jeune peut se rendre sur le site internet « *travellers.aus.com* » qui est un site de location de voitures à des prix avantageux. Cyril et sa copine ont fait ce choix car « *c'est à des prix dérisoires genre 5\$ la journée, après tu payes tes frais de dossier et ton essence* » dans la mesure où la compagnie a besoin du rapatriement de certaines voitures. Ce besoin permet aux *backpackers* de louer la voiture à un point A pour la ramener à un point B pour un prix attractif. Cyril et Joséphine ont pu aisément parcourir les 2700km entre Adelaïde et Perth. L'autre solution privilégiée est celle de passer par des groupes Facebook spécialisés dans la vente de véhicules entre les *backpackers*. L'achat d'un véhicule offre plus de libertés dans ses déplacements et aménagements dans le temps comme Joseph qui a l'intention d'acheter un 4x4 « *d'ici peu pour vivre dedans avec tente sur le toit, cuisine* ». Ces aménagements permettent de respecter le petit budget de ces jeunes. L'existence de ces groupes Facebook renforce les liens d'une communauté de *backpackers* en Australie. Nous allons prendre l'exemple du groupe « *Backpackers Australia Car Sales* » étudié sur une période de quatre mois entre juillet et octobre 2020 avec 166 publications au total. Seules trois types de publications sont présentes de façon inégale. Par ordre croissant, on y trouve des publications relatives à :

- La vente d'un véhicule, à raison de 122 sur les 166 étudiées, où les *backpackers* effectuent un descriptif complet de l'état du véhicule et en insérant des photographies de l'intérieur et de l'extérieur. Par exemple, la publication d'une femme qui vend son van en indiquant sa localisation sous la forme d'un texte accrocheur et pragmatique (*cf image 15*) ;

Image 15 : *Screen de la publication d'une jeune femme vendant son van sur le groupe Facebook « Les Français en Australie ».*

← Les Français en A... 🔍 ...

💰 8000\$ Négociable

Si vous avez des questions n'hésitez pas 😊



11 👍 4 commentaires

VAN À VENDRE

DISPO A BRISBANE

Hello! 🙋

C'est à contre-cœur que nous vendons notre van car nous rentrons prochainement en France! 😞

Il nous a accompagné pendant presque 1 an, et nous avons parcouru presque 20000km à travers toute l'Australie.

Nous avons tout aménagé de A à Z, tout a été acheté neuf. ✅ (facture à l'appui)
Nous sommes la première génération de backpacker 😊

LE VAN

- Kia Pregio 2004
- 295 000 km
- Diesel
- Boîte manuelle
- Rego WA jusqu'au 11 décembre
- 3 places
- Climatisation

ÉQUIPEMENT

- Panneau solaire 110W
- Deuxième batterie
- Inverseur 450W
- 1 prise allume-cigare avec 2 prises
- Cable aux
- Une multiprise
- Cable pour la batterie
- Roue de secours
- Petite caisse à outils
- Douche solaire de 20L

CUISINE

- Un meuble cuisine avec 10 compartiments
- Un frigo 24L
- Un cooker 2 plaques + Bonbonne de gaz
- 3 Jerricans d'eau 10L
- Une table et 2 chaises
- TOUT les ustensiles nécessaire :
- » 1 casserole
- » 2 poeles
- » 1 Wok
- » Une passoire
- » 3 assiettes
- » Fourchette , couteau, cuillère, louche
- » 2 verres, 1 verre a vin, 1 thermos
- » 4 bols
- » 1 rape a fromage
- » 1 planche 1 découper
- » Plusieurs tupperwares

LOISIR

- Canne à pêche (avec leures, ameçons...)
- Frite pour aller dans l'eau
- 2 kits de snorkeling

Le van est opérationnel et dispose de tout ce qu'il faut pour commencer votre road trip.

💰 8000\$ Négociable

Si vous avez des questions n'hésitez pas 😊

AVANTAGES

- Diesel (environ 800km avec un plein)
- Chaîne de distribution (et non une courroie)
- Panneau solaire 110 watt (Frigo toujours en marche)
- Climatisation : Dans le NT sous 40 degrés on était soulagé de l'avoir!!
- Pouvoir cuisiner intérieur comme extérieur (Génial en temps de pluie!)

MÉCANIQUE

- Service fait tout les 10000km
- 02/10/20 : Alternateur changé
- 2019 : Les 4 pneus ont été changés par l'ancien propriétaire

SALON/CHAMBRE

- Un lit double qui se replie en peigne avec un espace de stockage volumineux en dessous.
- Matelat épais, couette, 4 oreillers, 2 coussins, plaid, draps etc
- Une armoire avec 6 compartiments.
- Des rideaux opaques
- Une moustiquaire à l'entrée
- Paniers avec produits ménagés

- La recherche d'un véhicule, à raison de seulement 27 sur les 166 où le jeune effectue simplement sa demande ;
- D'autres types de vente, à raison de 17 sur 166, il s'agit souvent de matériels de camping.

Ce groupe Facebook est une véritable plateforme commerciale renforçant les liens entre la communauté de *backpackers* qui s'y rencontrent pour acheter/vendre leur véhicule sans passer par un garagiste local. Passer par cet outil connecté est un moyen rassurant et efficace pour le jeune qui est en mesure de le revendre de façon rapide et certaine. Hugo confirme ce fait en disant qu'ils ont pu facilement la revendre en partant. Cependant, il faut rester prudent sur ce type d'annonces comme l'explique Rose en disant que « *c'est un vrai business de backpackers* » si bien qu'on leur

« avait déconseillé d'acheter à un backpacker ». Il n'en demeure pas moins que c'est la solution privilégiée : la voiture ou le van procurant un sentiment de liberté dans les déplacements.

D'autre part, certains font le choix de voyager en utilisant les transports en commun que ce soit les bus ou les trains. Ces jeunes sont très minoritaires. Seules deux de nos interviewés ont fait ce choix en prenant un « *billet de train à 250€ offrant des trajets illimités pendant un mois dans deux Etats : le Queensland et le New South Wales* » (Solène). Cette solution répondait à leurs attentes : financières avec des voyages réalisés la nuit afin d'économiser les nuits en auberge, et une ligne de train qui « *desservait toutes les villes qu'on avait envie de faire* » (Solène). En revanche, la prise du bus est plus courante mais de façon plus ponctuelle. Il s'agit surtout d'un moyen de transport jugé adapté pour des longs trajets afin de démarrer un travail ou d'acheter une voiture une fois arrivé comme Cyril l'a fait en prenant un car « *un car de Melbourne à Adélaïde en 8h avec pour objectif était de voir la route, un peu comme roadtrip* ».

➤ Le roadtrip : une pratique propice aux rencontres.

La pratique du *roadtrip* est également un temps consacré aux rencontres de nouvelles personnes, que ce soit dans les hébergements, comme dans les compagnons avec qui nous allons partager la route. La recherche de personnes avec qui partager la route est une pratique courante chez les *backpackers* qui passe également par l'usage des réseaux sociaux en postant une annonce avec les informations nécessaires sur l'itinéraire prévu : trajet, date, durée, type de véhicule... Par exemple, le groupe Facebook « Les Français en Australie » contient 21 publications effectuant ce genre de demande sur la période étudiée. Il peut s'agir de la recherche de *backpackers* pour remplir le véhicule ou bien carrément, d'un autre véhicule pour les accompagner ou vivre une autre expérience. Par exemple, une publication de femme qui recherche « *4 personnes pour compléter le bateau pour 7 jours sur les Whitsunday* » (cf image 16).

Image 16 : Screen d'une publication sur le groupe Facebook « Les Français en Australie » pour trouver des backpackers intéressés pour faire une virée en bateau dans les Whitsunday.



➤ L'importance des arrêts pour dormir pendant la pratique du *roadtrip*.

Pour finir, la pratique du *roadtrip* ne se limite pas à la partie « route » mais aussi aux arrêts effectués chaque soir pour dormir que ce soit dans un camping et/ou une auberge de jeunesse. Ces lieux sont des hauts lieux de socialisation où « *tu rencontres des gens qui vont te dire où aller, ça se fait au fur et à mesure* » (Cyril). Dans l'esprit des *backpackers*, l'auberge de jeunesse ou le camping (free camp) est un peu central, c'est un lieu où « *les gens se rencontrent, se retrouvent au même endroit, ils s'amusent ensemble avec pour objectif d'avoir du fun* » avant de repartir sur la route. Ces auberges sont même associées au début du « *vrai backpacking* » selon Cyril par ses propriétés singulières « *où tout le monde est mélangé* ». Elles permettent de vivre une « *grosse expérience où on dort à quatre dans une chambre, lits superposés* » (Cyril). Ces moments enrichissent l'expérience du *roadtrip*.

● **Le séjour en ville : une mobilité comprise dans le *roadtrip* en tant qu'étape incontournable.**

La traversée des villes australiennes est une étape importante dans le *roadtrip* des *backpackers*, notamment les grandes villes de la côte Est. Seulement, des pratiques propres aux espaces urbains sont adoptées. En effet, si le choix de dormir dans la voiture ou en tente peut être privilégié dans les espaces non urbains, ce dernier n'est pas envisageable ici. Thibault explique qu'il dort « *toujours en 4x4 avec une tente de bois mais en auberge juste dans les grandes villes* » tout comme Rose qui explique qu'elles dormaient « *souvent dans [leur] voiture sauf quelques nuits en auberge quand on était dans des grandes villes comme Sydney* ». Ces nuits en auberge sont appréciées par ces *backpackers* pour le confort et le repos qu'elles garantissent au cours du *roadtrip*. Par exemple, Rose confirme qu'elles avaient « *besoin d'un vrai lit* » et du plaisir d'avoir une vraie cuisine pour se faire à

manger au lieu de leur *gaz cooker* alors que Joséphine explique « *quand je serai dans des grandes villes, je m'arrêterai dans des auberges de temps à autre rien que pour me laver* ». En ville, les transports en commun sont privilégiés.

- **Le voyage touristique : une mobilité secondaire chez le *backpacker* qui s'éloigne de la pratique du *backpacking*.**

Enfin, une dernière mobilité pratiquée par certains *backpackers* français consiste à prendre l'avion pour se rendre dans un pays proche de l'Australie pour un séjour de courte durée. Le pays le plus prisé est l'Indonésie et notamment, l'île de Bali pour son exotisme et ses petits prix. Ces voyages, au cœur de l'expérience *backpacking*, sont paradoxalement associés à des vacances dans la mesure où cette fois-ci, le jeune ne compte pas travailler. Par exemple, Cyril explique qu'il travaille depuis quatre mois et qu'avec ses amis, ils « *comptaient partir à Bali pour un gros mois de vacances avant de revenir et de partir à l'Est* ». S'ils n'ont pas pu en raison de la situation sanitaire, il est intéressant de relever qu'il considérerait cette mobilité comme des vacances ce qui nous conduit à rapprocher le *backpacker* de la figure du touriste dans ce type de mobilité. D'autres se rendent pour quelques semaines en Nouvelle-Zélande, pays anglophone également proche de l'Australie et réputé pour ses espaces naturels. Parmi nos interrogés, deux d'entre eux sont allés à Bali, trois autres en Nouvelle-Zélande et deux autres en Nouvelle-Calédonie.

Une dernière pratique consiste à s'arrêter dans un autre pays lors d'une halte sur le trajet retour en avion pour la France. C'est une pratique facilitée par certaines agences de voyage dans les conditions de vente du vol retour. Par exemple, Joséphine et Cyril, en passant par l'agence « Le Cercle des Vacances », ont pu bénéficier d'un retour avec une étape de trois mois en Asie à Bangkok ce qui leur « *a permis de faire un roadtrip de trois mois en Asie* ». Cette opportunité est considérée comme la chance de « *faire un stop au milieu du voyage sans que ce soit bien plus cher* » (Joséphine). Ainsi, prendre l'avion pour un séjour dans un pays autre que l'Australie est associé à une période de vacances où le *backpacker* se rapproche plus de la figure du touriste dans ses activités (pas de travail, plus de visites) et ses mobilités (plus organisées). Néanmoins, certaines caractéristiques persistent comme le fait de voyager avec un petit budget.

En définitive, il existe plusieurs types de mobilités effectuées par le *backpacker* français en Australie selon ses pratiques du moment. Dans tous les cas, le *backpacker* est autoentrepreneur des mobilités choisies qui se font en pointillées.

A partir de ces mobilités, nous pouvons établir une géographie du *backpacking* à l'échelle nationale. Nous verrons qu'elle est déséquilibrée.

III.1.3. La géographie australienne du *backpacking* : une présence contrastée entre les territoires révélant la popularité de la côte Est.

Afin de pouvoir établir une carte de la géographie australienne du *backpacking*, de nombreuses questions sur les itinéraires empruntés et les activités réalisées ont été posées aux interviewés. Leurs réponses ont été croisées avec les cartes des lieux incontournables cités dans nos trois guides ainsi que la carte interactive des fermes proposée sur le blog « Australie-Le guide des backpackers ». Il en résulte l'obtention d'un pays inégalement visité dans son ensemble avec de forts contrastes entre les territoires, les côtes et les villes visités. En effet, les territoires longeant la côte Est, et leurs villes, sont bien plus fréquentés que le reste du pays. Plusieurs raisons permettent d'explicitier cette inégale répartition du *backpacking*. L'immensité de l'Australie est inégalement peuplée par ses habitants avec une majorité de la population qui vit sur le littoral de la côte Est. Les trois territoires formant cette côte, le Queensland, le New South Wales et le Victoria sont les plus peuplés. Ils concentrent également les plus grandes villes à savoir : Sydney, Brisbane et Melbourne, et de nombreux sites à visiter. La géographie du *backpacking* suit cette répartition de la population australienne avec quelques singularités.

- **La visite de la côte Est australienne : destination prisée pour une première expérience *backpacking*.**

Le contraste entre les deux côtes avec la popularité de la côte Est se lit dans les chiffres de fréquentation des *backpackers* à l'échelle du territoire publiés par « l'International Visitor Survey » (IVS) en décembre 2018. Nous avons pris ces chiffres pour les touristes également afin d'établir une comparaison. Ces chiffres sont disponibles sur deux cartes insérées en annexe (*cf annexe 8*).

Tout d'abord, on constate que les trois territoires de l'Est sont les plus fréquentés et ce, pour les *backpackers* comme les touristes, contrairement au reste des territoires avec des taux toujours inférieurs à 10%. On constate également, sur la carte de droite, que sur l'ensemble du marché touristique, la part de *backpackers* en nombre reste inférieure à celle des touristes. Néanmoins, il ne faut pas perdre de vue qu'ils dépensent plus et donc rapportent plus au pays comme ils sont là plus longtemps que les touristes. Ces données en pourcentage sont confirmées sur la carte en données de stock où on voit que le nombre de *backpackers* est bien plus élevé dans ces trois territoires de l'Est : 450 000 pour le New South Wales, 322 000 pour le Queensland et 292 000 pour le Victoria. Cette tendance est confirmée par les mobilités effectuées par nos vingt interviewés où : 17 d'entre eux

sont passés par le New South Wales, 16 par la Queensland, 15 par le Victoria contre seulement 9 par South Australia, 5 dans le Western Australia, 4 dans le Northern Territory et un seul en Tasmanie. Plusieurs raisons peuvent être avancées pour expliquer ces choix dans les itinéraires des *backpackers*, l'une d'entre elles a été mise en avant par le blogueur Damien Delemarle. Ce dernier nous explique qu'il faut dissocier deux types de *backpackers* : ceux qui viennent ici pour la première fois ou qui vivent leur première expérience *backpacking*, de ceux qui sont des *repeaters*. Les novices vont commencer par la côte Est, plus accessible, plus réputée. Il s'agit d'une « *majorité de personnes qui partent en PVTISTES et qui arrivent en ville et qui y restent donc les principales sont sur la côte Est* ». Les seconds vont chercher à s'aventurer sur la côte Ouest ou le centre australien qui sont plus sauvages, ce sont « *les personnes qui cherchent de l'aventure, elles savent qu'il faut aller ailleurs* » en cherchant « *le côté tropical au Nord, Abo au centre, plages/surf sur la côte Est ou le côté nature en Nouvelle-Zélande ou au Sud* ». C'est d'ailleurs le conseil que donne Damien à ceux qui le suivent : « *je pense qu'il faut commencer par un petit roadtrip à l'Est et pas débiter par le centre rouge ou l'Ouest dès le début quoi. Ça ne va pas le faire. Il faut un temps d'adaptation* ».

Une autre raison, plus évidente, s'explique par le fait que ces espaces étant plus densément peuplés par les Australiens, ils sont plus équipés pour accueillir les *backpackers* en termes d'infrastructures comme de promesses d'emplois. Sur la carte (cf annexe 6) représentant la localisation des auberges de jeunesse à l'échelle des territoires, on remarque une importante concentration de l'offre sur les territoires de la côte Est contrairement au reste. Il en est de même pour la localisation des fermes engageant des *backpackers*. La carte ci-dessous, tirée du blog « *Australie-Le guide des backpackers* » révèle cette hyper-concentration dans les territoires de l'Est. Seule la ville de Perth, à l'Ouest est dotée de nombreuses fermes. Il est à noter que les auteurs de cette carte précisent que certaines adresses doivent manquer. Elle a été réalisée pour une visée pragmatique d'aider les *backpackers*.

Carte 3 : Localisation des « *farm picking* » en Australie recensées sur le blog « *Australie – Le Guide des Backpackers* ».



Enfin, une dernière raison se trouve dans l'identité et les trésors culturels et naturels que possèdent ces territoires. Si l'on se reporte aux identités présentées par nos guides touristiques, ces trois territoires présentent des paysages littoraux réputés pour leur beauté où des stations balnéaires avec des spots de surf attractifs sont présentes (cf *tableau annexe 2*). Ils sont traversés par les deux routes mythiques pour faire un *roadtrip* : la Pacific Highway et la Great Ocean Road, et sont riches en lieux à visiter. Si l'on se reporte de nouveau aux 62 « coups de cœur » conseillés par les trois guides, on constate, dans le tableau ci-dessous, qu'ils sont inégalement répartis entre les territoires où les trois de l'Est sont les plus riches à eux trois : 24 pour le Queensland, 8 pour le Victoria et 7 pour le New South Wales sont 39 à eux trois, soit 62%. On constate une domination très forte du Queensland en raison de la richesse de son littoral avec ses stations balnéaires, ses parcs nationaux, la présence de la Barrière de Corail ainsi que des Whitsunday Island.

Figure 10 : Répartition des 62 « coups de cœur » des trois guides touristiques par territoire.

Etat	Victoria	Australie Méridionale	Territoire de la capitale	Nouvelles -Galles du Sud	Queensland	Australie Occidentale	Tasmanie	Territoire du Nord
Total	8	6	1	7	24	4	4	7

En définitive, ces différentes raisons justifient la géographie contrastée du *backpacking* en Australie avec une fréquentation majeure des territoires de la côte Est. Les villes de ces trois territoires sont également très fréquentées.

- **Les villes de l'Est : des portes d'entrées incontournables pour les *backpackers*.**

Par la suite, de façon logique, les grandes villes de l'Est sont plus visitées et fréquentées par les *backpackers*. On pourrait même dire qu'elles incarnent, à elles trois, les portes d'entrées de l'Australie avec :

- Brisbane, capitale du Queensland : 9 *backpackers* y ont atterris et 12 d'entre eux l'ont visitée,
- Melbourne, capitale du Victoria, 7 *backpackers* y ont atterris et 15 l'ont visitée,
- Sydney, capitale du New South Wales: 3 y ont atterris et 11 l'ont visitée.

La manière de fréquenter ces villes pour un *backpacker* est double.

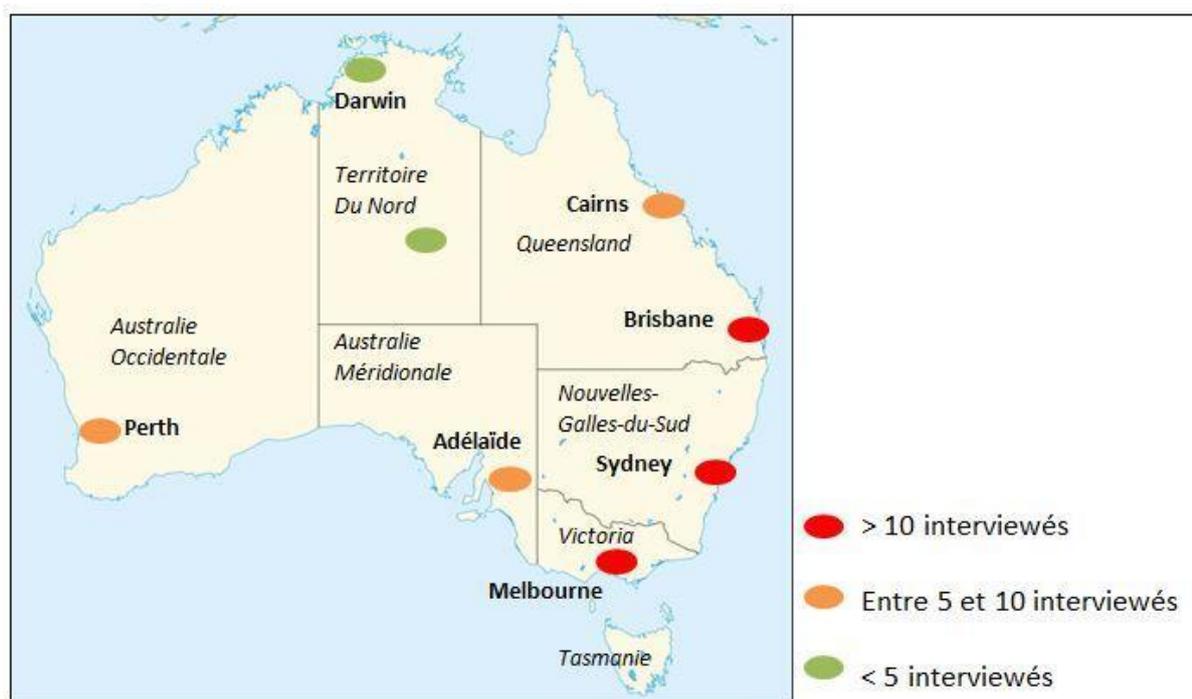
D'une part, la ville peut incarner un espace où le *backpacker* s'installe pour une durée plus ou moins longue afin d'y travailler. Dans ce cas, la ville est un espace vécu sur une longue durée en tant que travailleur et non simple baroudeur. Ce fut par exemple l'expérience de Jade qui est restée

plusieurs mois dans une auberge à Brisbane où elle travaillait dans une entreprise de vente de panneaux solaires.

D'une autre part, la ville peut être simplement un lieu d'étape lors d'un *roadtrip*. On s'y arrête pour quelques nuits pour la visiter avant de repartir sur la route. Souvent, ces trois villes sont réalisées en empruntant l'itinéraire de la côte Est qui les relie. Cette relative proximité de ces villes, par rapport aux autres plus éloignées, justifie également qu'elles soient visitées. Il est plus aisé de les relier par la route.

Ainsi, la carte ci-dessous atteste de la popularité de ces trois villes de l'Est. Elle cartographie le nombre de *backpackers* interviewés, sur les 20 au total, qui ont visité ces villes. Nous avons conscience qu'il s'agit d'un échantillonnage réduit sans grande valeur mais il n'empêche qu'elle atteste nos propos : plus de la moitié des interviewés sont allés dans ces trois capitales de l'Est.

Carte 4 : Répartition des villes visitées par nos 20 interviewés. Réalisation personnelle sur Powerpoint.



Mais alors qu'en est-il pour les territoires et villes du Centre-Nord-Ouest ?

- **Les côtes Ouest et Nord et leurs villes : des territoires plus sauvages propices à la deuxième expérience *backpacking*.**

Les territoires du Centre-Ouest et les côtes de l'Ouest, certes moins visités, sont réputés pour être plus sauvages et moins adaptés pour une première expérience *backpacking* comme nous l'a expliqué

Damien Delemarle. Seules les villes de Perth en Australie Occidentale et d'Adélaïde en Australie Méridionale sont les plus fréquentées. Cette moindre fréquentation peut être explicitée pour des raisons opposées à celle évoquée précédemment.

Tout d'abord, ces territoires ont une densité très faible et comportent de nombreux parcs nationaux où la nature domine. Ils sont ainsi moins dotés en infrastructures d'accueil des *backpackers* et en offre d'emplois (moins de fermes).

De même, leur caractère sauvage et naturel est attesté par le moindre nombre de « coups de cœur » dans ces territoires et la nature de ceux-ci recensés dans les trois guides. On en compte seulement 7 en Australie Méridionale, 4 en Australie Occidentale et 7 dans le Territoire du Nord, soit 18 au total sur les 62 recensés. Nous avons répété cette double-lecture pour expliciter la nature de ces territoires : selon le type d'espace et selon la nature de l'expérience/l'activité, précision de ces coups de cœur dans le tableau en annexe 9.

Tout d'abord, selon le type d'espace, on constate le primat des paysages de *bush*/ruraux et montagnards dans ses territoires, 12 sur 18 coups de cœur, où il est possible de visiter surtout des parcs nationaux. Le plus connu est celui d'Uluru Kata-Tjuta situé dans le Territoire du Nord qui comporte le rocher sacré des Aborigènes à proximité de la ville d'Alice Springs. Les paysages littoraux sont moins réputés avec une côte sauvage et les espaces urbains sont quasi absents.

Concernant le type d'expérience, il est associé à la nature de ces espaces avec le primat d'expériences visuelles en lien avec ces paysages de *bush*, de montagne, de désert au sein des parcs : 7 sur 18. On y ajoute des expériences insolites ou expérientielles à l'inverse d'une absence totale d'expérience culturelle ou sportive dans ces territoires selon les coups de cœur des guides. Bien entendu, il est à noter que ces coups de cœur ont un côté réducteur mais ils permettent de refléter une certaine réalité des pratiques sur place.

En définitive, ces territoires du centre-ouest australiens sont moins visités par les *backpackers* pour leur caractère plus sauvage, moins peuplé et aménagé. Cependant, ils sont privilégiés par les jeunes venant en Australie une seconde fois et qui sont à la recherche d'espaces naturels, sauvages au cœur du *bush* australien désertique et montagnard. Seules quelques villes sont visitées comme Perth, Adélaïde qui sont connues. De même, certains se sont rendus à Darwin ou Alice Springs mais de façon ponctuelle dans le sens où l'objectif était de se rendre à cette ville pour visiter tel endroit et non dans un objectif de *roadtrip* dans les alentours.

Les pratiques associées aux *backpackers* français en Australie sont satisfaites sur le plan externe par les caractéristiques même du marché du *backpacking* développé par les acteurs de l'offre sur le territoire. Automatiquement, le jeune qui souhaite autofinancer son voyage est en mesure de chercher et de trouver aisément un travail avec un salaire convenable. L'accessibilité aisée du marché de l'emploi est une caractéristique majeure de cette destination. C'est en cela que nous pouvons affirmer que le *backpacker* est un autoentrepreneur de son voyage. Quant à ses mobilités, elles sont hybrides en étant inscrites dans une double-temporalité : le temps lié au travail où le jeune reste sur place pendant une plus ou moins longue durée ; le temps lié au voyage où il réalise un *roadtrip* à travers le territoire. La pratique du *roadtrip* est facilitée par les multiples aménagements et services mis à disposition. L'hybridité de la catégorie *backpacker* se lit dans ces mobilités doubles entre immobilité le temps du travail et mobilité continue le temps du voyage. Pour cela, plusieurs logiques de mobilités sont possibles selon son itinéraire. Dans tous les cas, ce sont des transports qui respectent l'impératif d'un petit budget et d'une large flexibilité comme une grande part de ses itinéraires est liée à l'improvisation selon les rencontres faites sur place ou les informations trouvées sur les réseaux sociaux, considérés comme des guides touristiques modernes. Néanmoins, des mobilités préférentielles ont été mises en avant avec une géographie du *backpacking* contrastée où les trois territoires de la côte Est sont plus visités et populaires que le reste des territoires. Ils sont plus aménagés donc plus accessibles et riches en lieux de visites : espaces naturels, urbains, littoraux comme montagnards avec des expériences variées. A l'inverse, les territoires du Centre-Nord-Ouest sont associés à un *backpacking* plus sauvage moins accessible pour un jeune réalisant sa première expérience *backpacking*.

A présent, il convient d'analyser le degré de satisfaction ressenti par ces *backpackers* français sur le plan interne, soit dans les rencontres faites et les activités qu'ils ont choisies de réaliser. En ont-ils de bons ou de mauvais souvenirs ? Se sentent-ils déconnectés ou pris à part entière dans le mode de vie australien ? Ont-ils le sentiment de mener une vie à l'occidentale lors de cette expérience ?

III.2. Une expérience *backpacking* satisfaisante sur le plan interne : un autoentrepreneur de soi-même sur le plan social et expérientiel.

Nous avons fait l'hypothèse d'une double satisfaction des *backpackers* français lors de leur expérience en Australie. Si cette satisfaction a été démontrée sur le plan externe dans les caractéristiques même du marché australien leur permettant d'effectuer telle pratique et telle mobilité, nous allons l'analyser d'un point de vue interne. C'est-à-dire que cette fois-ci, nous allons

adopter le point de vue des *backpackers* eux-mêmes, leurs ressentis vis-à-vis des rencontres effectuées, des activités/expériences réalisées afin de voir s'ils se sentent déconnectés ou non d'un mode de vie occidental. Ainsi, nous affirmerons le statut autoentrepreneur des jeunes sur le plan social et expérientiel.

III.2.1. Une satisfaction par les rencontres réalisées : l'existence d'une communauté.

La volonté de faire des rencontres, de se sociabiliser est une des douze caractéristiques du *backpacking*. C'est un objectif et un trait distinctif des *backpackers* qui « *va plus se préoccuper des rencontres que des lieux* » comme l'explique Solène. Si la rencontre avec d'autres *backpackers* est chose aisée, il en est tout autre pour rencontrer et nouer des liens avec des Australiens. Enfin, nous verrons dans quelles circonstances ces rencontres peuvent procurer un sentiment d'appartenance à une communauté qui formerait une sorte de bulle déconnectée du mode de vie des Australiens.

- **La rencontre de *backpackers* : un objectif facilement atteignable.**

Pour ces *backpackers* français, la rencontre avec d'autres *backpackers* est un incontournable, c'est au cœur même de leur expérience. Il ne s'agit pas d'un objectif en soi mais de quelque chose qui va se produire quoi qu'on fasse. La rencontre de l'autre, un autre *backpacker* comme soi mais différent de soi par ses origines, ses expériences, est attendue comme le dit Alexandre, il s'agit de « *rencontrer des gens qu'on n'aurait pas rencontrés sinon* ».

Si la rencontre de *backpackers* peut se réaliser dans plusieurs endroits : sur la route, au travail, dans un bar, l'endroit privilégié reste l'auberge assimilée à un lieu de partage d'expériences avec les autres voyageurs. Joséphine fait part de son ressenti à propos de ces endroits : « *l'auberge c'est génial car tu as toujours du monde, tu fais des rencontres, tu parles anglais, tu as des bons plans [...] J'ai fait toute ma carte de voyage avec les tips de tout le monde* ». Ces lieux, avec leurs espaces communs en intérieur comme en extérieur, sont propices à l'échange, à la rencontre. Une sorte d'atmosphère est créée pour faciliter le contact comme l'a ressenti Jade, un peu apeurée de ne parler à personne, en arrivant elle a « *clairement compris que ça allait être facile de se faire des potes. Il suffit de parler deux secondes parce que le mec t'a prêté du sel et ça peut devenir ton meilleur pote* ». Cet acte banal du quotidien illustre la simplicité de créer des liens sociaux dans ces lieux. Si l'auberge est le lieu central des rencontres pour tisser des liens, elles peuvent également avoir lieu : au travail, dans les fermes par exemple lors de la collecte de fruits/légumes ; en

colocation ; sur la route et bien d'autres. Il est à noter que l'importance du hasard dans ces rencontres en fait toute la beauté.

Une certaine limite est pointée du doigt. Ces jeunes expliquent qu'il y a beaucoup, voire trop, de Français en Australie. En effet, c'est l'une des nationalités les plus présentes sur le marché du *backpacking* australien. Or, si l'on pourrait penser qu'il s'agit d'une bonne chose de pouvoir rencontrer d'autres Français, assimilables à d'autres soi par la nationalité et les traditions, c'est assimilé à un piège à éviter dans la mesure où tu ne peux pas progresser en anglais. Face à ce piège, deux stratégies ont été déployées par les *backpackers*. D'une part, il y a ceux qui vont tout de même avec les Français et tant pis pour leur anglais comme Alexia qui dit « *on rencontrait souvent des Français, bah du coup, on y allait c'était tentant* ». D'autre part, d'autres adoptent une véritable stratégie d'évitement des Français comme l'explique Pauline : « *il y avait des gens qui s'interdisaient d'aller avec des Français* » car pour eux le but était de « *côtoyer des étrangers et donc d'éviter les Français* » (Clément). Sur les vingt interviewés, six d'entre eux les évitaient. L'interviewé le plus déterminé par cette pratique est Joseph qui trouve « *dommage de rester entre Français* » car le but est d'essayer de « *sortir de sa zone de confort* » en sortant « *de sa langue* ».

- **La rencontre d'Australiens : des rencontres difficiles dans un cadre limité.**

La rencontre d'Australiens semble être un objectif moins important dans l'expérience *backpacking* pour ces jeunes : 10 d'entre eux expliquent partir avec l'envie, l'intention d'en rencontrer mais seulement 8 d'entre eux vont vraiment en rencontrer. Il apparaît qu'il est difficile sur place de nouer de vrais liens sociaux avec des Australiens, voire même d'en rencontrer dans la mesure où ils ne fréquentent pas les mêmes lieux que les *backpackers*. Angélique l'explique en disant qu'ils doivent sûrement « *rester entre eux pour ne pas multiplier les rencontres éphémères* ». Pour Henri, il lui a été possible de nouer des liens avec des Australiens dans la mesure où il est ici depuis longtemps. Il explique : « *il m'a fallu beaucoup de temps pour rencontrer des Australiens. Aujourd'hui, j'ai enfin des amis australiens. Il m'a fallu du temps mais maintenant j'ai un petit groupe d'amis australiens et un groupe de foreigners* ».

Ces rencontres ont souvent lieu dans deux cadres possibles à savoir : celui de l'emploi, ou lors d'un *woofing/couchsurfing*. Nous allons analyser ses deux expériences.

Dans le milieu du travail, l'Australien peut être un collègue comme l'employeur. C'est souvent le cas dans le milieu de la restauration comme Aude qui, avec son copain, ont travaillé plusieurs mois dans un restaurant au sein d'un hôtel. L'équipe était composée de plusieurs Australiens avec qui ils ont tissé des liens. L'Australien peut également être l'employeur quel que soit le milieu de travail : restauration, construction, ferme... Il s'agit de « *relations de travail, très hiérarchiques* » (Rose).

Dans le cadre du *woofing*, la nature des liens sociaux est différente dans la mesure où, que ce soit l'Australien qui reçoit le jeune, ou le jeune qui fait la demande, les deux aspirent à faire des rencontres. Deux de nos interviewés, Solène et Hélène, ont choisi de faire du *woofing* avec pour « *objectif de rencontrer et pour comprendre dans l'aspect, le plus original possible, le mode de vie australien* » (Solène). A l'inverse des autres *backpackers*, il s'agissait de l'objectif premier pour ces deux copines où elles « *voulaient rencontrer les gens de là-bas alors que les backpackers, on s'était dit : de toute façon on en rencontrera, c'était moins un objectif* » (Hélène). La volonté de faire du *woofing* pour « *dormir chez l'habitant* » (Hélène) et rencontrer des Australiens peut être un objectif premier même si il est moins courant. Le *couchsurfing*, quant à lui, se différencie du *woofing* par le fait qu'il s'agit d'un séjour de courte durée, seulement quelques nuits ce qui ne permet pas de nouer de vrais liens avec les Australiens. Le ressenti de Rose l'explique : « *ce sont des gens très accueillants mais tu ne gardes pas contact avec eux car ils sont là pour te donner des conseils sur quoi visiter pendant deux jours dans la ville comme tu restes peu de temps, deux nuits max* ».

- **Le sentiment d'appartenance à une communauté semblable à une bulle déconnectée du mode de vie des australiens est variable selon la temporalité du *backpacking*.**

A la question, « *avez-vous le sentiment d'appartenir à une communauté de backpackers qui serait semblable à une bulle déconnectée du mode de vie des Australiens ?* », les réponses révèlent que ce sentiment varie selon la temporalité du *backpacking* avec quelques nuances. Ce sentiment d'appartenance et de vivre dans une bulle est double selon la temporalité à savoir selon si le *backpacker* se trouve dans le contexte : du rythme du travail, d'avoir un emploi ou bien ; dans le rythme du voyage, du *roadtrip*, à cela il faut ajouter la dimension transversale de l'auberge dans ces deux contextes.

Tout d'abord, dans le cadre du travail, ce sentiment d'appartenance à une communauté varie selon si le jeune loge en auberge de jeunesse ou non. En effet, ce cadre d'auberge le fait sentir comme membre d'une famille de *backpackers* et ce, même si il travaille en journée. A l'inverse, avec le rythme du travail, ces jeunes n'ont pas du tout l'impression d'être dans une bulle déconnectée du mode de vie australien. Au contraire, ils se sentent vivre comme un Australien avec des journées de travail rythmées par les tâches et les horaires. Joséphine explique, qu'avec son copain : « *on avait l'impression d'avoir le même mode de vie que les Australiens, on était peut-être plus relax comme on avait moins de responsabilités mais pas dans une bulle non plus* ». Cyril affirme que ce sentiment de déconnexion n'est pas possible car « *quand tu voyages, tu vas dans les villes, tu vois la vie locale, les gens* ». La grande différence pointée avec le mode de vie français est la possibilité de faire plus de

choses le week-end ou quand « *tu sors avec pleins de gens, tu fais pleins de bars, tu visites, c'est plus facile de faire des rencontres, de mélanger les groupes. Tu prends ta voiture, tu peux faire pas mal de route pour voir des trucs supers* » (Agathe). Il est à noter que ce sentiment de bulle déconnectée peut exister lorsque le jeune reste pendant plusieurs mois au sein de la même auberge. Le monde du travail est contraire au fait de vivre dans une bulle déconnectée mais le *backpacker* peut se sentir appartenir à une communauté de *backpackers*.

Il en est tout autre dans le contexte du voyage, du *roadtrip* dans la mesure où le rythme de vie est totalement différent d'un quotidien rythmé par des horaires et des tâches similaires. Tout d'abord, le sentiment d'appartenance à une communauté de *backpackers* est présent par le partage : d'espaces communs en auberge, de moments riches sur la route et bien d'autres. A commencer par les auberges au sein desquelles « *chacun racontait ses voyages, partageait ses expériences* » (Hélène) ce qui donne ce sentiment d'appartenance. Sur la route également dans le partage d'itinéraires comme l'a vécu Constance sur un mois entier où « *en général, les gens que tu rencontres, ils vont tous dans le même sens donc on se retrouvait des jours plus tard* ». Ainsi, elle avait l'impression de faire partie d'une « *énorme bande qui partageait des moments pendant un mois* » assimilable à une véritable communauté. Le sentiment d'être dans une bulle déconnectée est bien plus fort dans cette temporalité du voyage où l'improvisation est d'ordre ce qui favorise ce sentiment de déconnexion du mode de vie australien.

Pour finir, un commentaire intéressant de Rose explique que ce sentiment d'appartenance à une communauté est renforcé par le regard des autres, non *backpackers*. Selon elle, le fait que « *tout le monde te voit comme ça* », au sens comme un *backpacker*, fait et renforce le fait « *que tu te sens comme ça* ».

En définitive, les rencontres sont au cœur des attentes de ces jeunes *backpackers*. A commencer par les rencontres de *backpackers* qui sont faciles mais avec le piège de rester qu'entre Français en raison du nombre important d'entre eux. A l'inverse, la rencontre d'Australiens est plus complexe. Elle peut se faire dans le milieu du travail avec des relations souvent très formelles, voire hiérarchiques, ou dans le cadre de qualité d'hôtes pour ces jeunes avec des relations plus développées selon la durée du séjour du jeune chez l'habitant. Dans tous les cas, il est notable que la rencontre de *backpackers* est plus attendue et plus réalisable dans le tissage de forts liens sociaux. Enfin, si le sentiment d'appartenance à une communauté de *backpackers* est souvent présent chez ces jeunes, le fait de se sentir comme dans une bulle déconnectée du mode de vie australien varie selon leur mode de vie actuelle. Ainsi, ce n'est pas le cas dans le contexte du travail contrairement à la temporalité du voyage, plus propice à la perte de rythme de vie, de repères.

III.2.2. Une satisfaction par les paysages traversés et les activités réalisées : une expérience nature du *backpacker* français en Australie.

Cette satisfaction sur le plan interne s'accompagne d'une satisfaction par les paysages traversés. Le pays se démarque par sa faune et sa flore exceptionnelle. On y associe alors de nombreuses activités et expériences dans ces milieux naturels. Si la dimension nature prime, le passage et la visite de villes n'est pas oublié.

- **Une destination nature : l'avantage majeur de l'Australie.**

A la question « selon vous, comment définiriez-vous le ou les imaginaires touristiques liés à l'Australie ? », les réponses des responsables d'auberge de jeunesse s'accordent pour définir qu'il s'agit d'une destination « *nature-based* » où la richesse et l'immensité des espaces naturels prédominent. La richesse de la nature australienne est opposée à la richesse historique et culturelle des pays européens comme le dit Maggie « *we don't have history as Europe, it is all about nature* ». Selon ces responsables, il s'agit du premier atout touristique de l'Australie mis en avant au même rang que l'*Australian way of life* que nous aborderons ultérieurement. La réponse de Dean est éclairante : « *I think the big magnet of Australia for travelers, I can see two things. One is nature, I think Australia nature speaks very strongly to people who live not here because they hear about the desert, about sharks, other animals. That's really important. [...] Australia has got a very interesting nature that speaks to people with big open spaces, access to wilderness* ». C'est ainsi que Maggie caractérise l'Australie d'une destination « *nature-based* » où tout est « *about out-doors* » avec des activités « *based on nature* ». La richesse de cette nature est plurielle à savoir que ce soit au niveau des animaux typiques, des différentes plages, mers et océans, des routes et parcs naturels à traverser. Le slogan de promotion de l'auberge de Port Stephens de Maggie en annonce la couleur : « *incredible by nature* ». L'ensemble de cette richesse s'étend sur l'immensité du territoire ce qui permet de proposer une large offre « *in the way of places to see, things to do, it's so big, so much ground to cover* » (Carly). Cette immensité dans les distances à parcourir incarne un véritable appel à la pratique du *roadtrip* pour les *backpackers*. Selon Carly, cette immensité et cette richesse naturelle à découvrir est l'une des raisons expliquant la destination *backpacker* qu'est l'Australie : « *I think Australia is the ideal backpacking destination because it's so big, there is so much to see and places are so different to each other from each state* ».

La dimension « *nature-based* » de l'Australie est confirmée si l'on regarde la nature des 62 coups de cœur recensés par nos trois guides touristiques. Seulement 15 d'entre eux prennent place dans

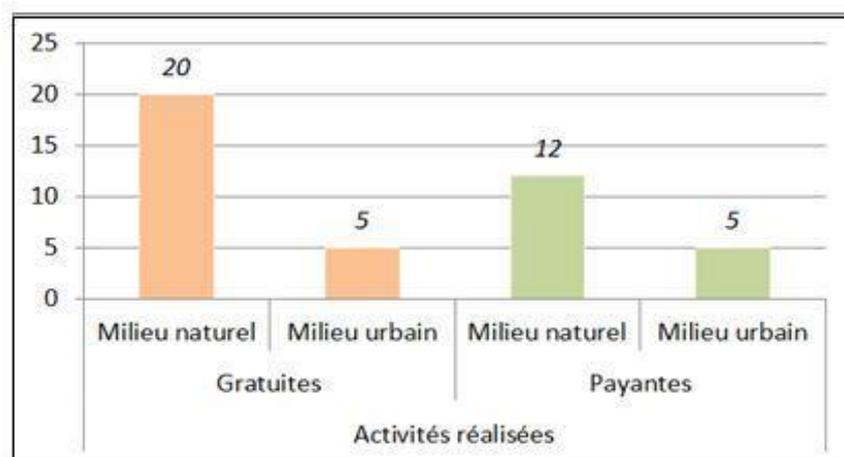
les villes ou espaces urbanisés, les 47 autres s'inscrivent dans des milieux naturels qu'ils soient littoraux, montagnards ou dans les campagnes/bush. De plus, si l'on regarde la nature des activités proposées, la plus présente concerne les activités visuelles au sens où on vient pour profiter des paysages naturelles. On en compte 19 sur les 62.

A présent, il convient de s'intéresser au vécu des *backpackers* interviewés pour confirmer ou non la dimension « *nature-based* » de cette destination.

- **L'appel de la nature : un appel qui garantit de vivre des expériences incroyables dans le respect de la situation financière du *backpacker*.**

Afin de cerner la nature des activités/expériences réalisées par ces *backpackers*, nous les avons triées selon son espace d'inscription (urbain ou naturel) et son accès financier (gratuit ou payant). On a obtenu le graphique ci-dessous confirmant la prédominance de la réalisation d'activités en milieu naturel ce qui atteste du caractère « *nature-based* » de l'Australie. On constate également que les activités gratuites sont préférées par ces jeunes.

Figure 11 : Graphique sur la nature des activités réalisées par ces 20 backpackers. Réalisation personnelle sur Excel.



A présent, nous allons analyser la nature de ces activités.

- La pratique, en majorité, d'activités gratuites en contact avec la nature.

Pour commencer, le premier contact avec la nature se trouve dans la réalisation de *roadtrip* qui est associé à une activité en soi par les *backpackers* dans la découverte de paysages naturels en les traversant. Il s'agit d'une expérience nature multiforme dans la mesure où chaque moment peut être considéré comme une activité que ce soit :

- Etre sur la route : Alexia considère que la « *Great Ocean Road faisait partie des visites comme on s'arrêtait souvent* » ;
- Faire des arrêts pour dormir, manger : Pauline énonce que lors du « *roadtrip fait en van-camping, on s'arrêtait quand on voulait, on était en pleine nature* » ;
- Les paysages traversés qui sont très variés : comme l'explique Pauline « *tu as les grandes villes avec les buildings, deux heures plus loin tu as les Blues Moutains, la mer, des parcs, la côte qui est hyper belle* ».

Ainsi, le *roadtrip* est en soi une expérience nature multiforme considérée comme une expérience banale pour un *backpacker* comme le montre la réponse d'Aude : « *On a fait les trucs de roadtrip normal en 4x4 avec des rando* ».

En parlant des randonnées, il s'agit d'une autre activité priorisée par les *backpackers* que ce soit au cours d'un *roadtrip* ou non. La randonnée est une activité gratuite, facile d'accès dans la mesure où peu importe où se trouve le jeune, sur la route ou dans une ville, il a facilement accès à des chemins de randonnées au cœur d'espaces naturels. En effet, ces chemins sont accessibles depuis les villes comme en attestent les expériences d'Agathe et de Cyril : « *A Sydney, on a fait pas mal de randonnées, les Blues Moutains, les forêts, les Parcs Nationaux. A Melbourne, les alentours pareils randonnées et forêts* » (Agathe) ; « *arrivés à Adélaïde, on a eu un vrai contact avec la nature, on a fait des balades où on voyait des kangourous en voiture, des koalas dans les arbres* » (Cyril). Etre en ville va de pair avec la proximité d'espaces naturels où marcher. Par ailleurs, la diversité des paysages à voir en randonnée est attestée par la réponse d'Alexia et Thibault qui témoignent avoir « *visité pas mal de choses, musées, grottes, quelques randonnées pour voir des cascades, [...] ponts suspendus dans des forêts immenses, petites criques, randonnées où il n'y a pas grand monde* ».

La randonnée inscrite en milieu naturel est une activité gratuite priorisée par les *backpackers* pour sa gratuité, son accessibilité où que l'on soit et la richesse des paysages traversés. D'autres activités gratuites en milieu naturel que la randonnée sont réalisées comme : la pratique du surf si le jeune possède une planche (des auberges en prêtent), la visite d'îles, la plage.

➤ Quelques activités payantes au contact de la nature.

Si les activités gratuites sont majoritaires, plusieurs jeunes ont tout de même effectué des activités payantes les mettant au contact de la nature. Elles sont de nature variée que ce soit des activités : sportives, à sensations ou plus visuelles/expérientielles.

Parmi les activités sportives, le surf est la plus réalisée dans la mesure où elle n'est pas très chère, facilement accessible étant donné la richesse des plages le long des côtes. Il s'agit d'une véritable religion en Australie. Certains ont opté pour le kayak comme Solène et son amie « *pour*

aller voir les dauphins », d'autres ont fait de l'escalade ou encore du *kneeboard* où « *tu es sur un lac et tu es accrochée à une tyrolienne* » (Jade).

Pour les activités sensationnelles, elles sont bien plus chères dans la mesure où il s'agit d'activités aériennes comme le « *survol de la Barrière de Corail en avion* » (Clément) ou la pratique du « *saut en parachute* » (Alexandre et Angélique). D'ailleurs, certains ont été déçus de ne pouvoir en faire en raison du prix qui reste un facteur déterminant dans le choix d'une activité.

Enfin, des activités plus visuelles/expérientielles marines assez chères sont réalisées. Pour la totalité d'entre elles, il s'agit de louer ou de payer un bateau/catamaran/kayak pour visiter les îles, voir des animaux marins (baleines, dauphins, crocodiles) à la journée ou pendant un court séjour. Par exemple, Constance a pu louer avec des amis « *un bateau fête aller voir les White Sunday Island pendant deux jours* », alors que Clément et Thibault l'ont fait pour visiter des îles comme Treasure Island et Fraser Island. Ils ont tous les deux affirmés que ce type de mini-croisière restait très cher. Par conséquent, si les activités en milieu naturel sont favorisées par les *backpackers* en raison de la dimension « *nature-based* » de l'Australie, c'est aussi parce qu'elles permettent au jeune de respecter son petit budget.

- **L'immensité de cette nature en tant que frein/barrière, voir danger, pour le *backpacker* non ou mal informé.**

Si la richesse naturelle de l'Australie est permise en partie par l'immensité de son territoire, cette immensité peut se révéler être un frein pour les *backpackers* qui doivent faire des distances considérables pour se rendre d'un point à un autre comme l'affirme Maggie, responsable d'une auberge : « *Australia is massive and distances isn't great so driving is nearly the only way* ». Le problème majeur est qu'ils n'en ont pas toujours conscience si bien qu'ils ont un itinéraire bien trop long pour le temps voulu comme Rose qui témoigne : « *Ce dont je ne me rendais pas compte, c'était les distances entre les villes. Dans ma tête, je pensais qu'on allait voir tous les Etats et tout et au final on est loin d'avoir tout vu* ». L'immensité du pays peut provoquer une certaine déception chez le jeune qui n'est pas en mesure de voir/faire tout ce qu'il voulait. Ainsi, Rose pensait qu'elles allaient pouvoir « *faire plus de choses mais les distances, ça coûte cher et [elles avaient] une voiture pour trois donc il fallait faire des choix et [elles avaient] un temps limité* ». Au-delà d'une plausible déception, cette immensité peut faire courir des dangers au jeune qui était mal informé, préparé ou organisé comme Hugo qui dit avoir eu « *pleins de galères* » qu'ils auraient pu éviter. De même, Aude et son copain, qui étaient sur la route vers le Nord, ignoraient, qu'en passant le tropique du Capricorne, « *les climats s'inversent avec un climat méditerranéen en bas et tropical en haut et ça* », ils ne

l'avaient « *pas prévu comme [ils sont] partis à l'arrache* ». Ainsi, ils se sont retrouvés dans la ville de Broome, « *un bled pommé au Nord* » où « *il restait deux semaines de saison des pluies* » avec un climat « *super humide* » rendant « *impossible de dormir dans le 4x4 avec des moustique qui pouvait te tuer et des routes inondées* ». Ils ont dû s'arrêter ici de force en raison des mauvaises conditions. Par conséquent, l'immensité de l'Australie aussi bien, sur le plan pratique par les distances à parcourir, que théorique par les connaissances à assimiler, peut s'avérer être une barrière voire un danger pour les *backpackers* lors de leur expérience.

- **La visite des espaces urbains : entre satisfaction et déception.**

Si les villes sont moins sujettes à des activités, des visites de la part des *backpackers*, certains en visitent tout de même. Ces espaces sont sujets à des ressentis ambivalents.

D'une part, une certaine satisfaction en ressort en raison du caractère gratuit de la plupart des musées, jardins dans les villes permettant à ces jeunes d'avoir accès à des lieux culturels. Alexandre s'en réjouit : « *dès qu'on était dans une grande ville, l'avantage c'est que tous les musées sont gratuits donc on les faisait à Cairns, Sydney, Melbourne* ». De même, Jade a pu faire « *des musées, des expositions dans Brisbane pendant les cinq semaines* » où elle n'avait pas de travail. Quelques activités payantes comme le Luna Park à Melbourne ont été réalisées mais de façon minoritaire. Quant à la visite de l'opéra de Sydney, monument national emblématique, l'entrée est considérée comme très chère.

D'autre part, certains *backpackers* éprouvent une certaine déception dans l'absence de richesse culturelle et historique des villes. L'Australie étant un jeune pays, récemment colonisé par le Royaume-Uni, ses villes et leur histoire ne disposent pas d'une profondeur culturelle semblable aux villes européennes avec leurs vieux monuments pouvant dater d'avant l'an 0. A ce titre, Rose constate que ces villes « *n'ont pas de patrimoine historique comme nous on a en France où tu t'intéresses au centre historique où tu vas voir l'Eglise* ». A l'inverse, ici « *les centres datent de 1950 et ce n'est pas beau quoi* ». Encore une fois, « *c'est vraiment le grand paysage qui va t'intéresser et pas l'architecture, car c'est tellement récent* ». Cette absence, assimilée à une pauvreté, un manque, peut frapper et décevoir le jeune. Néanmoins, un biais est à souligner dans la mesure où tout le patrimoine archéologique du pays datant d'avant l'arrivée des Anglais est méconnu et peu mis en avant. Encore une fois, ce sont les espaces naturels qui sont privilégiés.

III.2.3. Par la mentalité des australiens : un écart au modèle occidental connu des Français.

Si l'Australie possède des racines occidentales par son histoire et son fonctionnement actuel, notre but est de saisir en quoi ce pays, plus qu'une autre destination, peut satisfaire le *backpacker* dans sa dimension de rupture avec le mode de vie occidentale. A ce titre, des questions de comparaison avec le modèle français ont été posées auxquelles cinq secteurs de différenciation en ressortent où, la nature de la mentalité australienne, par distinction à celle en France joue un rôle majeur dans cet écart au modèle occidental. Nous allons les aborder du domaine le plus évoqué au moins évoqué.

- **De façon générale, une plus large ouverture d'esprit, rapprochée à une mentalité anglo-saxonne.**

A la question « quelles différences voyez-vous entre le système français et australien », la quasi-totalité des vingt interrogés ont répondu de façon consensuelle que les Australiens possèdent une mentalité plus ouverte par rapport aux Français, fermés. Par exemple, Hélène répond que « *la plus grosse différence c'est la mentalité des gens : toujours prêts à aider, hyper accueillants, très accessibles [là où les Français sont] beaucoup plus fermés* ». De même pour Cyril qui affirme que « *ce que les gens préfèrent en Australie, c'est l'ouverture d'esprit qui est grosse, la société est beaucoup plus ancrée dans des évolutions, des nouvelles idées, c'est plus positif* ». La réponse est sans appel, ce sentiment de rupture avec le mode de vie occidental pourrait en partie s'expliquer par le sentiment de vivre avec une population plus positive, accueillante, et *chill* qu'en France. Un rapprochement avec la mentalité "*américaine extravagante, amazing*", a été évoquée par une interrogée. Cette mentalité jugée plus positive en Australie contribue à donner plus de confiance en soi là où la France échoue de façon majeure. Les interrogés dénoncent le manque de confiance en soi en France. Cette mentalité peut s'expliquer par le brassage de nationalités dans le pays depuis ses origines contrairement à la France.

- **Un marché du travail basé sur la confiance et non, en fonction des diplômes ou des expériences passées, comme en France.**

Cette ouverture d'esprit et cette positivité nous amènent au second domaine de différenciation à savoir : celui de l'emploi. Ainsi, cette mentalité australienne plus ouverte et confiante permet de proposer aux *backpackers* un marché de l'emploi basé sur la confiance, où chaque individu a sa chance, sans lien étroit avec son niveau de diplômes comme c'est le cas en France. Les interrogés dénoncent le système éducatif français jugé trop sélectif et hiérarchisé conduisant à un marché de

l'emploi non égalitaire où le jeune perd confiance en lui quand il y arrive. Aude explique que trouver un emploi en Australie « *c'est un peu la culture anglo-saxonne de te donner ta chance* » où « *on ne va pas te demander des diplômes, on te demande juste d'avoir un petit niveau d'anglais. Ils laissent plus la chance aux gens de faire leurs preuves alors qu'en France, on est très attachés aux diplômes, si tu es recommandé* ». En d'autres termes, « *ils te donnent ta chance et confiance, même ton anglais ils te rassurent « vas-y lance-toi »* » (Aude). L'expérience que Damien a reçu d'une *backpackeuse* confirme cette logique : « *Je parlais avec une backpackeuse hier et à son arrivée, on lui a donné des responsabilités bien plus hautes que celles qu'elle avait en France où tu as beaucoup plus d'étapes. Là-bas, on te donne ta chance* ». En revanche, concernant le système de protection en cas de licenciement ou de problème de santé et autre, le système français est valorisé comme le souligne Agathe : « *la France a pas mal de bons points comme les études sont gratuites alors qu'ici c'est cher* ».

- **Une destination nature en retard sur le plan de la sauvegarde de l'environnement ?**

La conscience environnementale est le troisième domaine qui revient dans les réponses. Contrairement aux deux précédents, les jeunes *backpackers* dénoncent les retards en termes de gouvernance environnementale et de gestes responsables en Australie où leur conscience s'apparente à la conscience américaine trop consommatrice et peu responsable : les grosses voitures dans le pays, le non tri systématique des déchets sont dénoncés contrairement à la France, respectueuse et à la page.

En revanche, le respect de la faune et de la flore y est développé avec des parcs nationaux, des réserves. Une *backpackeuse* énonce que la conscience australienne se distingue de la France. Un Australien va préserver un environnement sain autour de lui en respect pour la faune et la flore alors que le Français va respecter son environnement pour bénéficier d'un corps sain (Solène).

- **La consommation : des logiques proches du mode de vie occidental voire des pratiques américanisées.**

En lien avec le domaine environnemental, il en découlerait une meilleure alimentation en France en raison d'une meilleure qualité des produits là où l'Australie se rapproche à nouveau du système américain avec ses grandes chaînes de supermarché (trois seulement) et des produits non bios. Les pratiques de consommation australiennes sont dénoncées par ces jeunes *backpackers*. De même, la rupture avec le mode de vie occidentale est limitée, voire impossible, sur ce plan dans la mesure où

les logiques sont similaires à la France comme le dit Alexandre « *niveau nourriture non, on essaie de se rapprocher de chez nous, en allant au moins cher quand même* » mais « *ça se ressemble beaucoup* ».

- **Du point de vue culturel et social : un pays ouvert vers l'extérieur mais avec des fractures internes.**

Concernant la richesse historique, celle du patrimoine français est soulignée comme un point positif par une interrogée par distinction à l'Australie où, en tant que pays récemment colonisé, il n'existe pas de profondeur historique en termes de patrimoines bâtis. Aussi, il existe plus de richesses en paysages et sites naturels : « *le paysage prime sur l'architecture* » (Hélène). Il s'agit là d'un constat qui peut être apprécié comme regretté selon le profil de chacun.

Concernant les grandes villes, les villes australiennes semblent rejoindre le rythme effréné des grandes villes françaises et mondiales selon le système occidental où « *tout va trop vite comme en France à Brisbane, Melbourne ou Sydney* » (Solène).

Sur le plan social, l'Australie semble détenir une position paradoxale entre : la capacité d'être un pays accueillant, ouvert envers les étrangers alors qu'elle peine à intégrer les Aborigènes, population minoritaire et originaire du pays. En effet, les interrogés soulignent la force du pays à être bien plus ouvert aux étrangers qu'en France, sans doute en raison de son passé de migrations. Il y a plus d'étrangers et donc les gens y sont plus habitués et ouverts. A l'inverse, certains dénoncent un manque d'intégration de la population locale des Aborigènes où une fracture avec les Australiens peut se faire sentir contrairement à la situation des Maoris en Nouvelle-Zélande. Audrey, qui s'est rendue dans le centre australien, atteste avoir ressenti « *la fracture sociale entre les Aborigènes et les Australiens* ».

En définitive, la satisfaction des *backpackers* sur le plan interne se trouve : dans les rencontres réalisées leur procurant le sentiment d'appartenir à une communauté sans pour autant être déconnecté du mode de vie australien ; par les paysages et les activités réalisées au sein de cette destination nature donnant l'impression de couper avec le mode de vie occidental ; et dans les caractéristiques mêmes du mode de vie australien, quoique proche du mode de vie occidental dans certains domaines. Ces différentes raisons attestent de la capacité pour un jeune *backpacker* français de rompre avec son mode de vie occidental en France.

Cette satisfaction dans les pratiques réalisées a été démontrée sur le plan externe et interne. Ainsi, les quelques phrases de Damien illustre cette double satisfaction : « *l'Australie est un pays qui*

continue à faire rêver les jeunes pour le marché de l'emploi qui est très riche, ses climats agréables, par ses longues distances infinies des roadtrip où tu fais des milliers de kms sans voir personne c'est le côté "wouah, seuls en monde", et après tous les paysages et les animaux typiques ». L'Australie est unique par rapport à ça aussi et puis c'est loin aussi, c'est peut-être ça qui fait rêver, c'est à l'autre bout du monde. Il les résume par ordre chronologique où d'abord c'est le marché du travail, les routes infinies du désert, le climat et l'esprit des Australiens qui sont très ouverts. A cette expérience *backpacking* plus que satisfaisante pour ces jeunes français, il convient d'en dresser l'analyse de leurs apprentissages et éventuels changements lors de leur retour en France. Nous entrons dans la troisième et dernière temporalité de l'expérience.

III.3. Apprentissages et changements post-voyage : une situation paradoxale.

Cette dernière hypothèse, qui s'inscrit dans la temporalité de l'après voyage, fait état d'une situation paradoxale dans laquelle le jeune se trouverait à son retour. Sur le plan théorique, il aurait connu une évolution dans sa personnalité par les apprentissages effectués sur lui-même. Néanmoins, sur le plan pratique, il lui serait difficile de rompre totalement avec son ancien mode de vie quotidien si bien que son retour serait en quelque sorte marqué par un retour contraint à sa vie d'avant. Si tel est le cas, le *backpacking* apparaîtrait comme un rite de passage. Il ne s'agit pas d'une parenthèse étant donné que des choses ont changé, surtout sur le plan social, psychologique. Toutefois, sur le plan structurel de la vie quotidienne, peu de changements sont notables.

A travers le recueil des témoignages de *backpackers*, il en ressort l'existence de deux types de retour en France nous amenant à reconsidérer cette hypothèse. Alors que certains retrouvent en quelque sorte leur vie d'avant, d'autres partent pour de nouvelles expériences *backpacking*. Néanmoins, tous font état de l'acquisition d'apprentissages sur eux-mêmes ou sur le plan professionnel. Enfin, nous reviendrons sur le caractère de rupture ou non avec le mode de vie occidental par cette expérience *backpacking* en Australie. Les témoignages des responsables d'auberge vont nous éclairer. Définir le *backpacking* comme un rite de passage met en valeur l'efficacité de la rupture avec le passage vers autre chose au retour mais sans rupture totale sur tous les plans.

III.3.1. Deux natures possibles du retour en France : entre sédentarité et nouveau départ.

Le retour en France se déroule en deux étapes et ce, peu importe le *backpacker*. Dans un premier temps, il vit un moment de décalage avec son entourage, son retour chez lui en France comme le dit Damien : « *tu goûtes à la liberté pendant un an, il est difficile de rester lion en cage à ton retour* ». Cette période est d'une durée variable, propre à chacun. Dans un second temps, il peut emprunter deux chemins distincts à savoir : accepter le retour en France et continuer sa vie ou bien, repartir en *backpacking* dans un autre pays. Nous allons analyser successivement ces deux étapes et ces deux possibilités.

- **La première réaction : un sentiment de décalage avec son environnement quotidien.**

Lors de son retour en France, le jeune *backpacker* éprouve un sentiment de décalage avec son quotidien. Il ne se sent plus en phase avec les personnes de son entourage. Une raison majeure semble être à l'origine de ce sentiment, c'est celle de la temporalité. Contrairement à de simples vacances de plusieurs semaines, l'expérience *backpacking* s'inscrit sur une longue durée, en moyenne un an, laissant au jeune le temps de perdre ses marques et de s'en faire d'autres dans le pays d'accueil. A ce titre, Hélène explique que justement, elle pense avoir réussi à bien reprendre sa routine comme elle n'est partie que deux mois : « *je pense que si on était parties plus longtemps, ça aurait été plus compliqué* ». Cette longue durée justifie de nombreux changements dans la personnalité du jeune qui évolue, se découvre, adhère à de nouvelles valeurs, de nouveaux systèmes de mentalité, de vie comme l'atteste Damien en affirmant que « *quand tu pars un an en Australie, tu ne reviens pas la même personne, tu vois le monde différemment, tu n'as pas les mêmes valeurs* ». Le concernant, son retour à son travail à Paris a été marqué par un sentiment de marginalisation dans sa tête. Il témoigne : « *J'étais en décalage dans ma tête comme tu as grandi dans ta tête* ». Hugo a vécu la même chose en ce qu'il affirme qu'il s'est senti « *complètement décalé* ». Tout comme Thibault qui affirme que « *son corps est en France mais son esprit est resté là-bas* ».

Ce temps de réadaptation à sa vie d'avant est parfois difficile comme l'affirme Pauline qui a, par exemple, eu « *besoin d'un petit temps pour se réadapter à la vie française* » avec le retour à langue française qui l'a perturbée. Ce retour peut être difficile à accepter dans la mesure où c'est un rythme distinct de celui du *backpacking* qui s'installe, un rythme où tu as « *l'impression de revenir à [ton] quotidien où chaque jour est le même alors que là-bas [en Australie], tout était différent* », explique Clément.

Le retour en France marque un changement d'environnement, de temporalité, de rythme de vie où le jeune se sent en décalé pour une durée propre à chacun. A la suite de cette période, deux types de retour ont été constatés.

- **Deux périodes distinctes selon l'acceptation ou non de ce décalage.**

Suite à cette période de décalage avec son quotidien, deux types de poursuite de vie sont apparues lors des entretiens. La première, la plus courante, ce sentiment de décalage s'atténue et le jeune poursuit sa vie en France. La seconde, plus rare, ce sentiment persiste au point de ne plus être vivable et le jeune décide de repartir pour une nouvelle expérience *backpacking* dans un autre pays ou bien de trouver un travail dans un autre pays. Il est important de noter que sur les vingt interrogés, six d'entre eux étaient encore en Australie.

- Un temps d'adaptation réussi permettant au jeune de poursuivre sa vie en France :

Si le jeune se sent décalé à son arrivée, la majorité d'entre eux semblent reprendre leur vie d'avant au sens où ils ne changent pas de voie professionnelle et retrouvent leur résidence d'avant leur départ. Pour certains, même si c'est difficile au début, c'est tout de même un soulagement et un bonheur de retrouver leurs proches comme Pauline et Thomas qui étaient « *contents de rentrer* » et de « *retrouver les bases de [leur] vie, [leur] de famille* », et leur routine comme Loïc qui « *cherchait un peu de stabilité* ». Il explique qu'« *en backpack, tu es toujours en dortoir, tu aspiras à avoir ton chez toi* ». De même, Aude explique que si c'est agréable de toujours bouger, de découvrir de nouveaux endroits, il y a un moment où tu ressens le besoin d'avoir « *une adresse fixe, un vrai chez toi* ». Ce besoin de repères, de sédentarité fait suite à cette expérience de longue durée. Ce type de retour concerne la majorité des jeunes car, comme le dit de façon amusante Damien : « *tu ne peux pas vivre d'amour et d'eau fraîche toute ta vie* ». A l'inverse, d'autres décident de repartir.

- Un temps d'adaptation non accepté conduisant à l'envie de repartir :

Si ce sentiment de décalage lors de son retour ne s'estompe pas, le jeune fait le choix de continuer à voyager de cette façon, ils sont en « *mode voyage* » comme le dit Damien. Plusieurs possibilités sont envisageables dont celle d'enchaîner sur un second PVT en Australie ou en Nouvelle-Zélande, ce qui est très courant selon notre blogueur professionnel Damien. En effet, il est très difficile de rester vivre en Australie en raison des démarches administratives. C'est ce qu'aurait aimé faire Angélique avec son copain mais ils n'y sont pas parvenus. D'autres ont le projet de s'envoler pour un autre pays après des projets plein la tête comme Joseph qui voit « *la France comme l'endroit où [il peut]*

retourner de temps en temps pour la famille ». Il a le projet de faire la Nouvelle-Zélande puis le Canada après l'Australie.

Après la période de décalage vis-à-vis de son quotidien d'avant, si la majorité des jeunes finissent par se réadapter à sa vie d'avant, d'autres décident de repartir. Néanmoins, l'ensemble d'entre eux rentrent en France changés via des apprentissages que ce soit sur le plan personnel que professionnel.

III.3.2. L'expérience *backpacking* : un moyen d'acquérir des apprentissages personnels comme professionnels.

Quoiqu'il en soit, peu importe le jeune, celui-ci rentre changé en France. Il a acquis nombre d'apprentissages au cours de son expérience comme l'explique Henri « *dans tous les cas, le voyage ça transforme, c'est une expérience* ». Ces transformations peuvent être de deux ordres : personnelles surtout mais aussi professionnelles pour certains.

- **Sur le plan personnel : l'acquisition de nouvelles valeurs et de nouveaux savoirs faire.**

Parmi les quatorze interrogés qui sont rentrés en France, tous font état d'apprentissages sur eux-mêmes qui leur seront utiles pour leur avenir à commencer par la maîtrise de l'anglais. Désormais, ils se sentent plus à l'aise comme Hélène qui témoigne que « *rien qu'à l'écouter, je comprends bien mieux qu'avant* ». Ils sont plusieurs dans ce même cas. Au-delà de l'anglais, des changements au niveau de leur personnalité et de leur capacité d'autonomie sont notables.

- L'évolution positive de traits de personnalité : vers l'acquisition, ou le renforcement, de la confiance en soi :

Les caractéristiques intrinsèques du *backpacking* ont conduit ces jeunes à avoir plus confiance en eux. Plusieurs d'entre eux se disent avoir appris à ne plus être timide, que ce soit dans le contexte du travail ou celui de socialisation au sein d'auberges par exemple. Le cadre du *backpacking* leur a permis d'être plus ouvert d'esprit et de prendre du recul sur certaines situations en restant calme au lieu de paniquer comme ils auraient pu le faire avant. Le fait de travailler dans un nouveau domaine sans pouvoir parler le Français est un gros plus. Par exemple, Jade qui travaillait dans la vente de panneaux solaires a dû « *apprendre à ne pas être timide* » qui lui « *a beaucoup apporté personnellement pour être affirmée et convaincante* ». De même pour Angélique qui explique qu'elle

a « *passé les obstacles de la timidité, tu vis par toi-même* ». Au-delà du domaine du travail, l'organisation d'un *roadtrip* et les possibles galères qui peuvent arriver, conduisent ces jeunes à prendre du recul sur les problèmes du quotidien. Le gain de cette confiance en soi apparaît comme un tremplin pour acquérir plus d'indépendance et d'autonomie. Le jeune parvient et aspire à se débrouiller par ses propres moyens.

- Un gain de confiance en soi, permis en partie par le lâcher prise du *backpacking* : un tremplin pour être plus autonome et indépendant :

L'expérience *backpacking* implique un lâcher-prise totale chez le jeune autant dans son non emploi du temps que dans son absence de régularité. Ce lâcher-prise a été largement apprécié et considéré a posteriori comme une leçon de vie essentielle pour le quotidien. Il se caractérise par un « *laisser porter par les rencontres faites* » (Aude), accepter « *les changements de dernière minute, voir au petit bonheur à la chance* » (Solène) qui se traduit par une vraie leçon de vie : « *je pense que c'est important dans la vie, de savoir changer ses plans* » (Aude) ; « *je me suis dit que dans la vie c'était possible de prendre les choses comme elles viennent, de ne pas tout organiser comme du papier à musique* » (Solène). Ce lâcher-prise, propre au *backpacking*, leur a permis paradoxalement d'être plus confiants et autonomes comme Rose qui a senti que ça l'a « *poussée à avoir plus vite son indépendance* » ou comme Solène qui s'est « *sentie capable d'organiser des choses* ». Ce gain d'indépendance se traduit dans leurs actions effectuées à leur retour. Ces jeunes prennent en main leur vie et sont plus indépendants.

- **Sur le plan professionnel : l'acquisition de nouvelles certitudes aussi bien dans les études à suivre que l'emploi désiré.**

Si le retour de certains *backpackers* est marqué par la poursuite des mêmes études ou du même travail, d'autres auront acquis des connaissances sur leurs envies pour leur avenir d'étudiant ou de travailleurs. Ce fut le cas de tout de même six d'entre eux pour qui, cette expérience a été le fruit d'un déclic professionnel.

- Les étudiants : l'aspiration à une rapide indépendance et la découverte de nouvelles filières d'étude.

Cette expérience a eu pour conséquence chez les jeunes, encore en études, de vouloir acquérir plus rapidement leur indépendance vis-à-vis du foyer parental. De plus, elle a joué le rôle d'un déclic pour

certaines d'entre eux dans les études à poursuivre. En effet, ce voyage a conforté les choix nouveaux de trois d'entre eux : Alizée a acquis de « *l'ambition* » avec l'envie d'aller dans une école de commerce qu'elle a pu intégrer en plus du programme international en anglais ; Jade a fait le choix d'intégrer une école en faisant « *les démarches toute seule, chose qu'[elle n'aurait] pas faite avant* » ; et Solène a été « *confortée dans l'expérience Erasmus* » qu'elle allait vivre à la rentrée. De façon générale, ces jeunes, plus confiants et indépendants, se sentent plus ouverts aux autres.

- Les jeunes travailleurs peuvent se découvrir de nouvelles voies professionnelles et de nouvelles certitudes.

De même pour ces jeunes travailleurs, l'expérience *backpacking*, est un nouvel éclairage quant à leur avenir professionnel. Certains ont pu se découvrir de nouvelles aspirations comme Angélique qui a aimé le métier de *barman* qu'elle aimerait continuer à exercer dans d'autres pays où elle compte voyager ou comme Joséphine qui certes, n'a pas changé d'idée de métier, mais qui compte le faire dans un autre pays que la France. Ce goût du voyage habite également Justine et Thomas qui savent qu'ils repartiront en voyage d'ici quelques années.

L'expérience *backpacking* intervient comme un moyen d'acquérir des apprentissages sur le plan personnel comme professionnel. Il s'agit d'une lumière éclairant les décisions futures, décisions qui sont prises par un jeune changé avec une plus grande confiance en lui et autonomie, une aspiration à être rapidement indépendant et avoir un certain recul sur la vie et ses problèmes. Peu importe l'âge du *backpacker*, ces changements et apprentissages sont notables même si ils peuvent varier selon sa situation actuelle : étudiant ou travailleur. De cette façon, le *backpacking* peut se définir comme un rite de passage vecteur d'apprentissages pour le jeune tout au long de sa vie. En ce sens, ce passage n'est plus vraiment un passage mais quelque chose d'immuable. Le *backpacking*, plus qu'un rite, serait un déclic pour le restant de la vie par la rupture qu'il apporte avec le quotidien d'avant le départ.

III.3.3. Les rencontres sur place : une parenthèse pour le jeune *backpacker*.

Si nous avons vu que ces jeunes *backpackers* faisaient de nombreuses rencontres lors de leur expérience, qu'en est-il de ces liens à leur retour ? A cette question, il existe une double réponse selon la nature du lien gardé avec ces rencontres. Elles peuvent être : proches, le *backpacker* voit toujours la personne physiquement ; ou distantes, une relation uniquement entretenue via l'usage

des réseaux sociaux. Ainsi, à une exception près, l'ensemble des 14 interrogés de retour en France n'ont pas revu les personnes rencontrées sur place sauf si il s'agissait de Français(es).

- **Des relations amicales éphémères dont l'intensité décline avec le temps.**

Si chaque *backpacker* affirme avoir connu des rencontres inoubliables, celles-ci ne sont plus ou que peu entretenues à leur retour en France en raison de la distance physique trop importante, mais surtout, en raison d'un retour à sa vie d'avant où on reste dans un rayon proche de chez soi. Ce n'est pas que le jeune ne veut pas revoir la personne, c'est qu'il est sous l'emprise de son emploi du temps quotidien où la possibilité d'en sortir n'est pas envisageable. Ainsi, les contacts sont à l'état distant ou encore digitalisés. On a des nouvelles des autres uniquement par les réseaux sociaux via les photos publiées sur un compte ou sur une de leur *story* comme en témoigne Hélène : « *Sinon on se suit sur Instagram, on ne s'envoie pas des messages en direct* ». Ce type de lien « distant » s'estompe avec le temps comme le justifie Constance « *oui au début mais ça s'estompe* » ou Hélène qui dit que « *oui, début mais maintenant ça fait deux ans donc on a de moins en moins de liens* ». Ces liens sont uniquement digitalisés et s'estompent avec le temps. Solène les explique d'une façon intéressante en disant qu'elle « *n'estime pas que ce sont des liens, on a les réseaux : Instagram mais on ne se parle pas. J'appelle cela de la curiosité malsaine* ». Ainsi, la majorité des liens conservés sont des liens distants, via les réseaux sociaux, qui s'estompent avec le temps. Les réseaux sociaux jouent encore un rôle majeur dans la nature de ces contacts. Seuls quelques-uns d'entre eux ont entretenu de vrais liens en revoyant certaines rencontres comme Constance qui s'est rendue au Canada voir des amis qui doivent venir à leur tour en France.

- **Des relations amicales qui perdurent grâce à une distance physique abordable.**

Les seuls liens proches conservés sont ceux avec des Français. Il peut s'agir d'un petit ou d'une petite amie rencontré(e) sur place comme pour Rose qui vit aujourd'hui avec son copain en France, ou bien d'amis qui vivent non loin en France comme Pauline qui affirme que « *si jamais, on va près de chez eux, on leur envoie un message et on se voit* ». Ainsi, les liens proches/physiques dépendent de la distance physique entre les *backpackers* une fois de retour chez eux où le retour à leur emploi du temps quotidien les empêche de se revoir. A nouveau, ce constat atteste d'un mode de vie singulier lorsqu'on fait du *backpacking* : on vit dans une autre temporalité sans obligations.

Conclusion

Pour conclure, le *backpacker* occidental incarne une figure hybride dans le monde du tourisme et du voyage par ses pratiques, ses imaginaires et ses discours à cheval entre les catégories touristiques. Alors que certains traits le rapprochent du *traveler* comme la longue durée du voyage, il possède ses propres caractéristiques. Nous en avons identifié douze pour définir la figure du *backpacker* français en Australie, comme le fort degré de socialisation, sa logique cyclique de mobilité... Néanmoins, il est indéniable que la volonté première de vivre une expérience *backpacking* est celle de rompre avec son quotidien. Le *backpacking* apparaît comme un rite de passage où le jeune cherche à vivre une expérience inscrite dans une nouvelle temporalité (*push facteur*). L'intégralité de nos interviews confirme l'adoption d'une certaine prise de recul du jeune sur soi-même, son quotidien réalisant son envie de rompre pour quelque chose de nouveau avec les désirs : d'acquérir de nouveaux apprentissages ; de faire de nouvelles rencontres ; d'être hyper-mobile tout en restant connecté sur les réseaux sociaux ; de vivre de nouvelles expériences professionnelles en dehors de sa zone de confort ; le tout, en autofinçant son voyage. La destination australienne, par ses caractéristiques intrinsèques et celles liées au marché du *backpacking*, est en mesure de satisfaire les attentes formulées par ces jeunes Français.

Ces jeunes, en cours/fin d'études ou déjà sur le marché du travail, ont entre 20 et 35 ans. Ils formulent tous l'envie de rompre avec leur quotidien pour tenter leur chance en Australie, pour vivre une expérience de vie. Or, la destination se trouve être en phase avec leurs motivations et leurs imaginaires où, comme nous l'avons vu, ses caractéristiques intrinsèques priment sur leurs attentes personnelles sur le plan des apprentissages personnels. L'Australie apparaît comme : un pays du bout du monde où l'importante distance physique avec la France symbolise une nécessaire frontière psychologique, signe d'indépendance, de défi ; un pays anglo-saxon où l'apprentissage de la langue est désiré tout comme la mentalité des Australiens, paradoxalement un pays avec des codes de vie proches de leur pays d'origine ce qui les rassurent ; un pays avec une faune et une flore singulières où l'immensité d'un pays à faible densité offre de riches espaces naturels ; et enfin, un pays avec un marché du *backpacking* accessible, riche et développé. Si l'on se réfère aux douze caractéristiques identifiées comme propres au *backpacker* français en Australie, le marché australien comme les singularités de l'Australie les expliquent à la fois sur le plan des mobilités comme des pratiques. En résumé, ce marché leur permet : d'avoir une longue durée de séjour par le visa WHV d'un an qui peut être renouvelé à deux reprises désormais ; de trouver un travail aisément et bien payé par la richesse des fermes ou autres opportunités sur le territoire ; de se déplacer facilement avec le

nombre important de véhicules à louer/acheter ; par la présence en nombre d'aire de repos équipées, de routes mythiques à traverser ; ou encore, par la possibilité de se loger facilement et à bas prix avec le vaste réseau d'auberges de jeunesse. En parallèle, ce marché est supporté et sa renommée est renforcée grâce au bouche-à-oreille positif qui se fait autour. Il fonctionne aussi bien par voie orale (en direct), que par voie écrite (en ligne) où l'usage des réseaux sociaux est essentiel. Ces deux voies font émerger une véritable communauté de *backpackers* français en Australie établissant un cercle vertueux pour l'avenir de la destination. Ces réseaux sont devenus des plateformes majeures pour communiquer que ce soit pour : partager ses expériences avec le rôle central d'Instagram comme carnet de voyage moderne/en ligne ; obtenir réponse à ses questions ; trouver un compagnon de route ; acheter/louer un véhicule et bien d'autres. A ce marché supporté par les réseaux sociaux, la richesse de la destination contribue à satisfaire leurs attentes. L'Australie offre une immensité à visiter avec majoritairement des visites d'espaces naturels adaptés aux attentes comme il s'agit de sites gratuits où le caractère sauvage et dépaysant attendu renforce la création du pont spatio-temporel recherché. Ce pays possède également une mentalité avec une large ouverture d'esprit quant à « l'autre » qui est « l'étranger », figure souvent repoussée ou effrayante dans d'autres pays. Ici, par le passé colonial et par le peuplement du pays par vagues migratoires multinationales au cours 20^e siècle notamment, on donne aisément la chance à « l'autre », que ce soit sur le marché du travail ou de la consommation. Cette confiance donnée facilite l'intégration du jeune dans le pays. Ainsi, les possibilités offertes par ce marché, par le pays et sa mentalité, auxquelles s'ajoutent les nouvelles pratiques de cette communauté de *backpackers* sont en mesure de satisfaire pleinement le jeune Français vis-à-vis de son expérience *backpacking*.

De cette satisfaction, aussi bien sur le plan interne (évolution de sa personnalité) qu'externe (rencontres réalisées et expériences vécues), il émerge la figure d'un *backpacker* autoentrepreneur de son expérience sur plusieurs plans : social par les rencontres et expériences vécues ; financier dans la mesure où le jeune a été en mesure d'autofinancer son expérience ; professionnel dans l'expérience de nouveaux jobs en parallèle de l'apprentissage de l'anglais ; mais aussi sur le plan psychologique/personnel dans le gain d'une meilleure confiance en soi, d'une plus grande autonomie/indépendance dans la capacité à orienter sa vie future et faire face aux situations à venir que ce soit sur le plan personnel comme professionnel. Généralement, la prise de conscience des dimensions plurielles de cette expérience n'émerge pas avant la dernière temporalité du *backpacking*, celle du retour en France. Ce n'est qu'après une prise de recul sur soi, son vécu que le jeune en prend conscience, d'où un ressenti général d'un retour difficile. Toutefois, si certains finissent par se réadapter, d'autres n'y parviennent pas et décident de repartir.

Le pont spatio-temporel crée à la fois, par le marché australien, par les singularités du pays et par la mentalité de ses habitants, permet de satisfaire pleinement le *backpacker* français dans sa quête de rupture avec son quotidien, sans être totalement dépaysé grâce au côté rassurant d'une destination anglo-saxonne aux codes familiers. Par conséquent, le jeune *backpacker* français, figure hybride dans le monde du tourisme, apparaît comme un autoentrepreneur de son expérience personnelle sur tous les plans en Australie, statut en mesure de lui procurer la satisfaction de rompre avec son mode de vie d'origine.

Bibliographie/Webographie

Bibliographie

- Ateljevic, I., and S. Doorne. « Tourism as an Escape: Long-Term Travelers in New Zealand. », *Tourism Analysis*, 5 (2000): 131-36.
- Bourdieu, Pierre. *La distinction: critique sociale du jugement*. Le Sens commun. Paris: Éditions de Minuit, 1979.
- Coelho, Paulo, Élodie Dupau, et Cécile Lombard. *Hippie: roman*. Paris: J'ai lu, 2019.
- Cohen, Erik. « Nomads from Affluence: Notes on the Phenomenon of Drifter-Tourism. » *International Journal of Comparative Sociology* 14, n° 1-2 (1973).
- . « Toward a Sociology of International Tourism ». *Social Research* 39 (1972).
- Dumont, Louis. *Essais sur l'individualisme: une perspective anthropologique sur l'idéologie moderne*. Points Essais 230. Paris: Éd. du Seuil, 1991.
- Galland, Olivier. « Chapitre 3 - Rites, passages et rapports d'âge ». In *Sociologie de la jeunesse*, 59-82. U. Paris: Armand Colin, 2011. <https://doi.org/10.3917/arco.galla.2011.01.0059>.
- Gravari-Barbas, Maria, et Nelson Graburn. « Imaginaires touristiques ». *Via Tourism Review*, n° 1 (16 mars 2012). <https://doi.org/10.4000/viatourism.1178>.
- Jenkins, Olivia. « Photography and Travel Brochures: The Circle of Representation ». *Tourism Geographies* 5, n° 3 (janvier 2003): 305-28. <https://doi.org/10.1080/14616680309715>.
- Kerouac, Jack. *Sur la route*. Paris: Gallimard, 2003.
- Loker-Murphy, Laurie, et Philip L. Pearce. « Young Budget Travelers: Backpackers in Australia ». *Annals of Tourism Research* 22, n° 4 (janvier 1995): 819-43. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(95\)00026-0](https://doi.org/10.1016/0160-7383(95)00026-0).
- Lussault, Michel. *Hyper-lieux: les nouvelles géographies de la mondialisation*. La couleur des idées. Paris: Éditions du Seuil, 2017.
- MacCannell, Dean. « Staged Authenticity: Arrangements of Social Space in Tourist Settings ». *American Journal of Sociology* 79, n° 3 (novembre 1973): 589-603. <https://doi.org/10.1086/225585>.
- Maoz, Darya. « Backpackers' Motivations the Role of Culture and Nationality ». *Annals of Tourism Research* 34, n° 1 (janvier 2007): 122-40. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2006.07.008>.
- Murphy, Laurie. « Exploring Social Interactions of Backpackers ». *Annals of Tourism Research* 28, n° 1 (janvier 2001): 50-67. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(00\)00003-7](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(00)00003-7).
- « Occident ». In *CNRTL*, s. d. <https://www.cnrtl.fr/definition/occident>.
- O'Sullivan, Edmund. « Bringing a Perspective of Transformative Learning to Globalized

- Consumption ». *International Journal of Consumer Studies* 27, n° 4 (septembre 2003): 326-30. <https://doi.org/10.1046/j.1470-6431.2003.00327.x>.
- Richards, Greg, et Julie Wilson, éd. *The global nomad: backpacker travel in theory and practice*. 1st ed. Tourism and cultural change. Clevedon [England] ; Buffalo [N.Y.]: Channel View Publications, 2004.
- Riley, Pamela J. « Road culture of international long-term budget travelers ». *Annals of Tourism Research* 15, n° 3 (1988): 313-28. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(88\)90025-4](https://doi.org/10.1016/0160-7383(88)90025-4).
- Robert, Frédéric. *La révolution hippie*. Rennes: Presses universitaires de Rennes, 2011.
- SIMON, Gwendal. « Les backpackers à l'épreuve de la métropole parisienne. L'expérience touristique, entre formes institutionnalisées et visites pour soi. E., GRAVARI-BARBAS M. et FAGNONI. Paris, tourisme, métropolisation, ». Belin, 2013.
- Sørensen, Anders. « Backpacker Ethnography ». *Annals of Tourism Research* 30, n° 4 (octobre 2003): 847-67. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(03\)00063-X](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(03)00063-X).
- Urbain, Jean-Didier. *L' idiot du voyage: histoires de touristes*. Repr. Petite bibliothèque Payot Documents, [N.S.] 166. Paris: Payot, 2002.
- Viard, Jean. *Un nouvel âge jeune?: devenir adulte en société mobile*, 2019.
- Vogt, Jay W. « Wandering: Youth and Travel Behavior ». *Annals of Tourism Research* 4, n° 1 (août 1976): 25-41. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(76\)90051-7](https://doi.org/10.1016/0160-7383(76)90051-7).

Webographie

« Occident ». In *CNRTL*, s. d. <https://www.cnrtl.fr/definition/occident>.

Mai Lo In Oz : <https://mailoisinoz.com/>

Damien Delemarle : <https://www.oceaniepourleszeros.com/>

Australie – Le Guide des *Backpackers* : <https://www.australie-guidebackpackers.com/>

Annexes

Annexe 1 : Tableaux des deux typologies proposées par Erik. Cohen.

Tableau 1 : Typologie proposée en 1972 entre deux formes de tourisme : institutionnalisé et non institutionnalisé.

Tourisme / Degré de	Nouveauté	Familiarité	Groupe défini
Institutionnalisé	Faible	Fort	Les groupes
Non institutionnalisé	Fort	Fort	« explorer »
	Fort	Faible	« drifter »

Tableau 2 : Typologie proposée en 1973 illustrant les trois nouvelles caractéristiques précisant la figure du *drifter*.

Figure <i>drifter</i>	Relations avec les locaux		Temporalité voyage		Valeurs
	Oui, <i>outward-oriented</i>	Non, <i>inward-oriented</i>	<i>full-time</i>	<i>part-time</i>	contre-culture

Annexe 2 : Tableau de synthèse : l'identité accordée à chaque territoire australien selon les trois guides touristiques : quels imaginaires et attentes pour le *backpacker* ?

Etat	Description par les guides	Imaginaire/attentes du backpacker
Victoria	<p>Etat de la plus petite taille mais dynamique, riche et bouillonnant, "<i>aux mille visages</i>" (Michelin) avec plusieurs paysages et pratiques dans l'imaginaire du <i>backpacker</i> :</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>roadtrip</i>, colonne vertébrale de la <i>Great Ocean Road</i>, avec ses côtes, stations balnéaires et ses étendues sauvages et parcs nationaux dans les terres, - culturel : centre culturel et artistique de Melbourne, - emploi : une présence abondante de fermes offrant des jobs aux <i>backpackers</i>. 	<p>Imaginaire du <i>roadtrip</i> le long de la <i>Great Ocean Road</i>, côté littoral, ou intérieur des terres avec étendues sauvages.</p>
New South Wales	<p>Grand état, faisant "<i>une fois et demie la France</i>" (Michelin) connu comme celui qui incarne "<i>l'Australian way of life</i>" par la diversité de ses paysages : urbains (avec Sydney "<i>comme étendard</i>" (Michelin) ou "<i>ville cosmopolite et ouverte</i>" (GDR), littoraux (stations balnéaires avec spots de surf), montagneux (Blue Mountains) et ruraux, le tout dans une ambiance "<i>ultra cool</i>"(Michelin) incarné par Byron Bay où on peut vivre <i>l'Australian Way of Life</i>.</p>	<p>Imaginaire de vivre une ambiance « chill », « cool » assimilée à « l'Australian way of life » pour des paysages variés.</p>
Queensland	<p>Etat surnommé par les trois guides comme le "<i>sunshine state</i>" où le climat y est agréable à l'année. Selon le Guide du Routard, Etat emblématique avec ses 2500 km de côté qui attire les <i>backpackers</i>. On parle d'un Etat aux "<i>paysages de cartes postales</i>" (Lonley Planet + Michelin) avec ses sites classés à l'UNESCO. Etat sportif où de nombreuses activités sont disponibles : "<i>glisse, randonneurs, amateurs farniente</i>" (Guide Du Routard) et "<i>rafting, plongées, équitation, surf, saut à l'élastique, escalade</i>" (Lonley Planet).</p>	<p>Imaginaire d'état littoral où il fait bon vivre, climat appréciable pour les <i>backpackers</i> sportifs amateurs de côtes littorales et de paysages grandioses.</p>
South Australia	<p>Etat "<i>beaucoup moins touristique et fréquenté</i>" (Guide Du Routard) présenté comme une alternative pour</p>	<p>Imaginaire et pratiques pour un <i>backpacker</i> voulant aller hors des</p>

	<i>"échapper à la frénésie de la côte Est"</i> (Lonely Planet) avec sa petite ville d'Adélaïde, ses vignobles et l'île de Kangouroo Island.	sentiers battus.
Northern Territory	Etat avec un imaginaire de terre mystique (Lonely Planet), de l'outback incarnant un <i>"Monde au bout du monde"</i> (Guide Du Routard) où prime les paysages désertiques avec <i>"l'incontournable désert du Centre Rouge"</i> (Michelin). Territoire symbolique pour les Aborigènes, abritant des lieux sacrés, une <i>"nature indomptée"</i> (Lonely Planet), destiné à être visité en louant en 4x4 pour ceux ayant un <i>"esprit routard"</i> (Guide Du Routard) désirant s'aventurer dans le bush.	Imaginaire d'un territoire mystique et désertique pour des <i>backpackeurs</i> aventureux amateurs de road trip dans le bush à l'écart des sentiers touristiques.
Territoire de la capitale australienne	Etat seulement décrit comme celui qui abrite la capitale australienne, Canberra décrite comme la ville <i>"perdue en plein bush"</i> et <i>"la plus ennuyeuse du monde"</i> (Michelin) avec une organisation <i>"un peu trop ordonnée"</i> (Lonely Planet), ou encore <i>"trop bureaucratique, planifiée, monumentaliste"</i> (Michelin). Toutefois, un intérêt culturel est pointé. Elle apparaît comme une <i>"destination idéale pour les amateurs de musée"</i> (Lonely Planet) comme elle <i>"est elle-même un musée d'architecture moderne à ciel ouvert"</i> (Michelin).	Destination pour les <i>backpackeurs</i> amateurs de culture.
Australie Occidentale	Etat immense qualifié de <i>"No man's land"</i> , imaginaire du Far West pour un état avec un <i>"faible peuplement concentré sur la côté et Perth"</i> (Lonely Planet) pour un territoire <i>"grand comme cinq fois la France"</i> (Michelin). Imaginaire de l'isolement, de l'aventure avec ses <i>"distances en voiture stupéfiantes"</i> (Lonely Planet). Territoire pour les <i>backpackeurs</i> avec un <i>"esprit d'aventurier"</i> (M) pour une <i>"terre de conquête"</i> (Michelin).	Imaginaire du Far West pour les backpackers aventuriers , à la conquête des immenses terres australiennes plus reculées.
Tasmanie	Etat à l'imaginaire de l'insularité où dominant les paysages littoraux, avec ses sites sauvages classés. Territoire où <i>« l'art de vivre urbain est en plein essor »</i>	Imaginaire et pratique de l' insularité où dominant les espaces sauvages littoraux avec une production agricole

	(Lonely Planet). Territoire riche en ressource avec son "agriculture, ses vignobles réputés et ses produits de qualité" (Michelin).	riche, pour les backpackers amoureux d'une faune et flore sauvage . Etat en pleine mutation.
--	---	---

Annexe 3 : Tableaux des caractéristiques de nos 20 interviewés.

Tableau 1 : Répartition des 20 interviewés en deux groupes selon leur situation : étudiante ou professionnelle.

Groupes	A		B
Situation du jeune interviewé	Pas encore sur le marché de l'emploi		Sur le marché de l'emploi
	15		5
	Pause études	Fin d'études	
	8	5	
Total			20

Tableau 2 : Répartition des 20 interviewés selon la nature de leur expérience backpacking.

Situation du jeune au départ	Premier voyage		Seul		Avec qui		
	oui	non	oui	non	copain/copine	petit(e) ami(e)	frère
	14	6	7	13	7	5	1

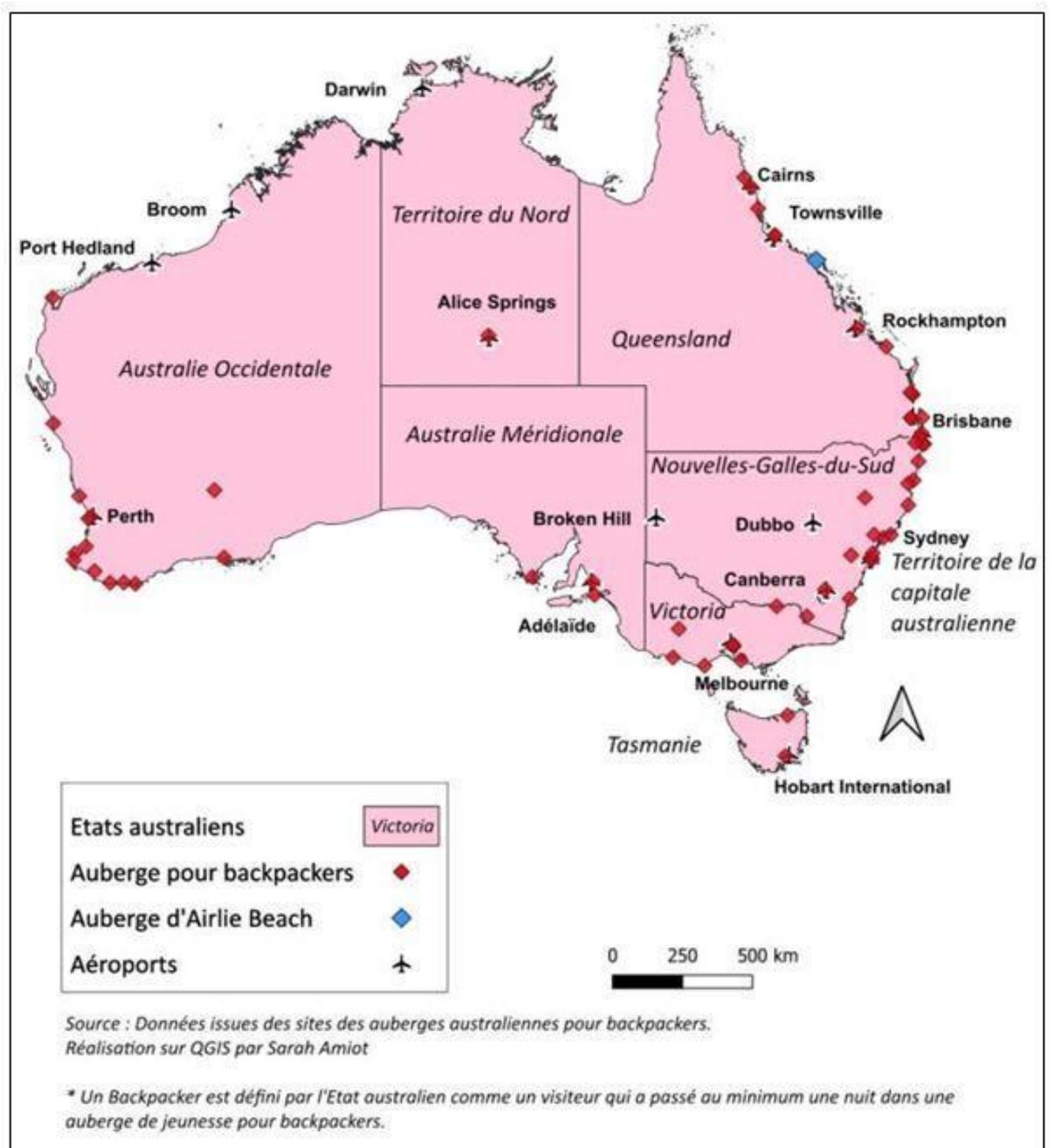
Annexe 4 : Tableau d'analyse des trois groupes/pages Facebook.

Groupe/Page FB	Nombre de types de contenus	Quels contenus ?
Les Français en Australie	8	<ol style="list-style-type: none"> 1. Questions 2. Recommandations 3. Vente 4. Situation Covid 5. Offre d'emploi 6. Partage d'expériences 7. Recherche de compagnons de route 8. Autre
Australie – Le Guide des backpackers	6	<ol style="list-style-type: none"> 1. Questions 2. Recommandations 3. Photo/vidéos 4. Photomontages 5. Repost 6. Info Covid
Backpackers Australia Car Sales	3	<ol style="list-style-type: none"> 1. Vente de van/4x4 2. Recherche de véhicule 3. Autre type de vente

Annexe 5 : Les quatre packs d'aide à l'arrivée proposés par Mailoinoz, extrait de son site internet.

<p>PACK COOL</p> <ul style="list-style-type: none"> PICK UP À L'AÉROPORT 2 NUITS EN AUBERGE DE JEUNESSE + PETIT DÉJ 1 CARTE SIM AUSTRALIENNE 1 CARTE DE LA VILLE AIDE TRANSFERT €/AUD MON GUIDE PERSONNALISÉ M'AI LO IS IN OZ AVEC MES TIPS <p>90€</p>	<p>PACK VRAIMENT TRÈS COOL</p> <ul style="list-style-type: none"> PICK UP À L'AÉROPORT PRIVÉ 2 SEMAINES EN AUBERGE DE JEUNESSE 1 CARTE SIM AUSTRALIENNE 1 CARTE DE LA VILLE AIDE TRANSFERT €/AUD TAX FILE NUMBER OUVERTURE COMPTE EN BANQUE WESTPAC CRÉATION CV AUSTRALIEN MON GUIDE PERSONNALISÉ M'AI LO IS IN OZ AVEC MES TIPS 2 SEMAINES DE COURS D'ANGLAIS EN ÉCOLE, 20 LEÇONS/SEMAINE 20 MIN D'APPEL TÉLÉPHONIQUE POUR LES DERNIERS DÉTAILS <p>900€</p>	<p>PACK Y'A PAS PLUS COOL</p> <p>Guide Le Petit Futé Australie ♥Part !</p> <ul style="list-style-type: none"> PICK UP À L'AÉROPORT PRIVÉ 4 SEMAINES EN RÉSIDENCE PREMIUM 1 CARTE SIM AUSTRALIENNE 1 CARTE DE LA VILLE AIDE TRANSFERT €/AUD TAX FILE NUMBER OUVERTURE COMPTE EN BANQUE WESTPAC CRÉATION CV AUSTRALIEN MON GUIDE PERSONNALISÉ M'AI LO IS IN OZ AVEC MES TIPS 1 ENTRÉE AU PARC DE KANGOUROUS & KOALAS 20 MIN D'APPEL TÉLÉPHONIQUE POUR LES DERNIERS DÉTAILS ASSURANCE WORKING HOLIDAY 1 AN 4 SEMAINES DE COURS D'ANGLAIS EN ÉCOLE, 20 LEÇONS/SEMAINE <p>2500€</p>
<p>PACK TRÈS COOL</p> <ul style="list-style-type: none"> PICK UP À L'AÉROPORT 7 NUITS EN AUBERGE DE JEUNESSE + PETIT DÉJ 1 CARTE SIM AUSTRALIENNE 1 CARTE DE LA VILLE AIDE TRANSFERT €/AUD MON GUIDE PERSONNALISÉ M'AI LO IS IN OZ AVEC MES TIPS TAX FILE NUMBER OUVERTURE COMPTE EN BANQUE WESTPAC CRÉATION CV AUSTRALIEN <p>290€</p>		

Annexe 6 : *Carte de la localisation de la plupart des auberges de jeunesse destinées aux backpackers à l'échelle nationale. Réalisée sur le logiciel QGIS.*



Annexe 7 : *Dossier faisant la présentation de la destination du « Centre Rouge », publié sur la page Facebook « Australie – Le guide des Backpackers », en novembre (texte accompagné de 13 photos, seules 3 d’entre elles sont insérées ici).*



Australie - Le guide des backpackers
11 nov. • 🌐

Le Centre Rouge de l’Australie ! Une expérience tellement unique..
Une terre mystique et chargée d’histoire. Les paysages y sont presque lunaires. Evidemment le principal point d’intérêt est le célèbre rocher d’Uluru. Mais il y a aussi d’autres petites pépites à découvrir 😊

Tout savoir sur le Centre de l’Australie 📍
<https://www.australie-guidebackpackers.com/centre-rouge-australie-itineraire-conseils/>

🕒 Visite entre 5 et 10 jours 🕒

🚗 Se déplacer 🚗
Accessible en avion (Uluru ou Alice Springs)
Accessible en 4x4, van, voiture principalement depuis Adelaide (sud) ou Darwin (nord).

💰 Pass pour les parcs Uluru & Kata Tjuta : 25\$ (32,5\$ à partir du 1er Novembre) 💰

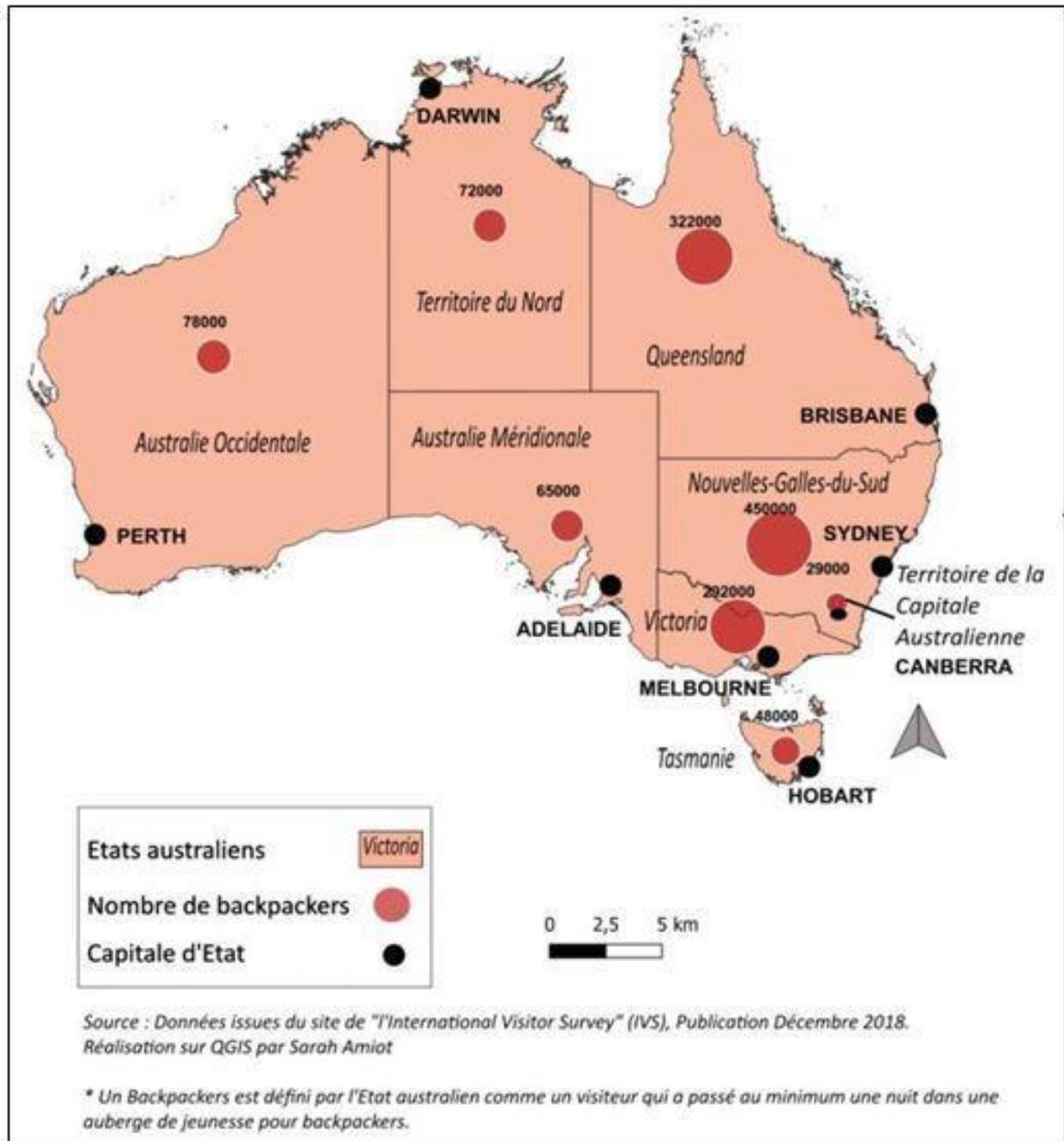
📍 Les spots à visiter 📍
Uluru/Ayers Rock
Kata Tjuta
Macdonnell Ranges
Kings Canyon
Devils Marbles
Alice Springs

👍❤️ 134

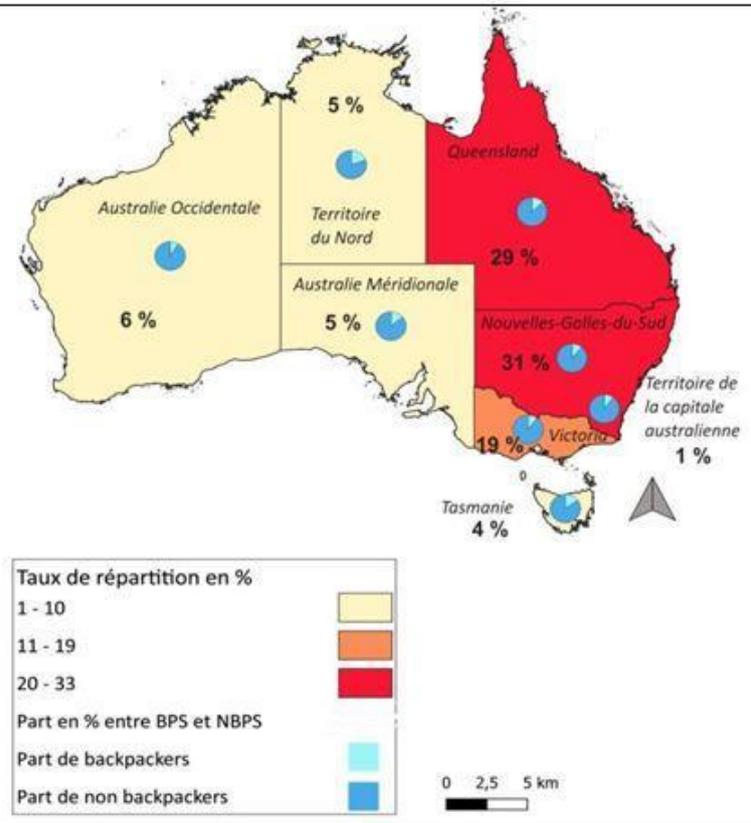
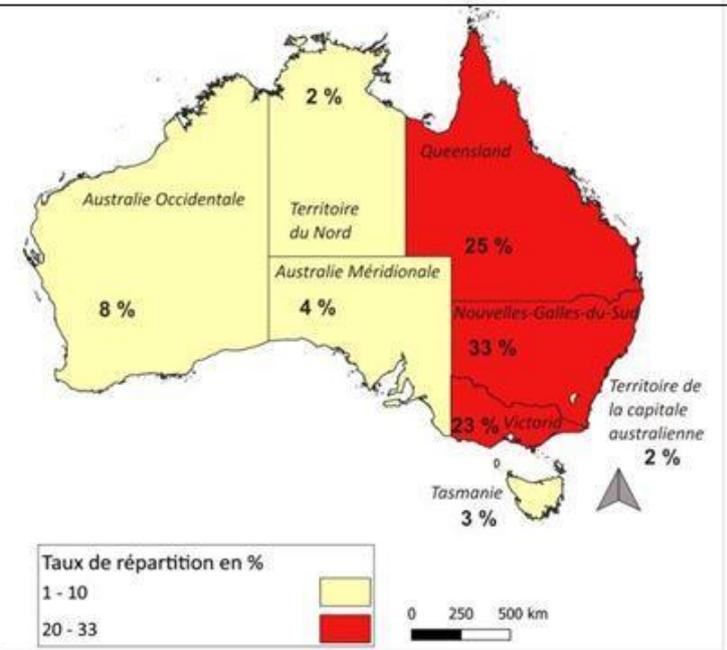
11 commentaires

Annexe 8 : Cartes de la répartition du nombre de *backpackers* en Australie en 2018.

Carte 1 : *Total de backpackers par état australien en 2018. Réalisée sur le logiciel QGIS.*



Carte 2 et 3 : *Répartition des non backpackers par état australien en 2018 (à gauche) ; Répartition des backpackers par état australien en 2018 et sa part dans le tourisme en Australie. Réalisée sur le*



Source : Données issues du site de "l'International Visitor Survey" (IVS), Publication Décembre 2018. Réalisation sur QGIS par Sarah Amiot

* A Backpackers est défini par l'Etat australien comme un visiteur qui a passé au minimum une nuit dans une auberge de jeunesse pour backpackers.

logiciel QGIS.

Annexe 9 : Tableau des 62 activités coups de cœur présentes dans les guides, classées selon la thématique et l'environnement identifiés.

Activité/expérience	Urbain (grande ville)	Rural/bush (villages, nature isolée, désert, bush)	Montagnard (montagnes, forêts)	Littoral (côte, falaises, mer, océan)
Animalière (voir des animaux emblématiques de l'Australie)		Faire étape à Mission Beach (GDR) Queensland	Kangaroo Island (M), AM	Sauter de bonheur à Kangourou Island (GDR), AM Grande Barrière de Corail (M) Queensland Couvrir des yeux un manchot pygmée sur la plage de Philippe Island (M), Victoria Se prendre en selfie avec un quokka sur l'île sauvage de Fremantle (M), AO
Culturelle (découverte, déambulation)	Melbourne, explorer les quartiers de Fitzroy et Collingwood (GDR) Victoria Melbourne, arpenter les lanes (graff) (GDR) Victoria Passer 2 jours à Byron Bay (GDR) Queensland Faire fi des covenances au Mona à Hobart (M) Tasmanie Se perdre dans les Lanes de Melbourne (M) Queensland Prendre un bain de culture dans les musées de Canberra, (M) TCA			
Visuelle (paysages, caractère extraordinaire)		Sillonner les vignobles de la Hunter Valley (GDR) NVGS Faire un circuit dans le Red Centre en suivant la Mereenie Loop (GDR) TDN Explorer le parc National d'Uluru Kata-Tjuta (GDR) TDN Uluru (LP) TDN, Valley of the Giants (LP), AO Liffey Valley (LP) Tasmanie,	Explorer les Blue Moutains (GDR) NGDS Arpenter les sentiers du Noosa National Park (GDR), Queensland Great Ocean Road (LP), Victoria Great Ocean Road (M), Victoria Nitmiluk National Park (M), TDN Cradle Mountains (M), Tasmanie	Déguster à petites lampées la Great Ocean Road (GDR), Victoria Tomber en amour avec les Twelve Apostle Years (GDR) Victoria Sauter de bonheur à Kangourou Island (GDR), AM Whitsunday Islands (LP), Queensland Plages de Carrickalinga (LP), AM Whitsunday Islands

				(M), Queensland Fraser Island (M), Queensland
Sportive (endurance, recherche de sensations fortes)		Tester ses mollets sur l'Overland Track, en Tasmanie (M), Tasmanie	Arpenter les sentiers du Noosa National Park (GDR), Queensland Surfer à Bondi Beach (GDR), Queensland Kangaroo Valley (LP), NVGS Randonnée dans la Daintree (M), Queensland Marcher à travers le bush dans les Blue Moutains (M), NGDS Surfer à Byron Bay (M), Queensland Pagayer en kayak dans les Noosa Everglades (M), Queensland	
Insolites	Boire un verre sur les quais de l'Opéra de Sydney (GDR) NVGD Faire des longueurs dans la piscine du Bondi Icebers Club, Sydney (M) NVGS Passer un mois de mars de folie à Adélaïde lors de Mad March (M) AM Assister à un match au "G", grand stade de Melbourne (M) Queensland Prendre un bain de foule le mercredi soir au Vic Market, LE marché de Melbourne (M) Queensland	Faire étape à Mission Beach (GDR), Queensland Au départ de Cairns, prendre le Skyrail pour découvrir les Atherton Tablelands (GDR), Queensland Jouer les œnologues dans les caves de la Barossa Valley (M), AM	Wujal Wujal (LP), Queensland Route de Kununurra à Wyndham (LP), AO Survoler en avion le massif des Flinders Ranges (M), AM Se rafraîchir dans l'une des nombreuses cascades du Litchfield NP, (M), TDN	Se baigner dans un lac à Fraser Island (GDR) , Queensland Erub, île (LP), Queensland Sauter en parachute à Mission Beach (M), Queensland
Expérientielle (appel à tous les sens, apprentissage, savoir-faires, curiosité intellectuelle)	Goûter la douceur de vivre du South Bank, à Brisbane (GDR) Queensland Sydney (M) NVGS, Melbourne (M) Victoria Plonger dans une ambiance Far West à Fremantle (M) AO	Passer quelques jours à Port Douglas, stations balnéaires aux maisons de style créole, noyées dans la végétation tropicale (GDR), Queensland Tiwi Islands (LP), TDN	S'imprégner du temps du rêve à Kakadu NP (M), TDN	Survoler les paradisiaux Whitsunday Islands (GDR), Queensland