



# L'HABITANT : UNE FIGURE PLURIELLE ET HYBRIDE AU CŒUR DU TOURISME

Les touristes ne sont pas les seuls à consommer touristiquement. Les résidents, aussi. L'objectif est d'envisager cette pluralité de consommateurs, d'habitants et d'utilisateurs des lieux touristiques. Mieux comprendre les mécanismes à l'œuvre entre locaux et touristes, et toutes les zones grises entre les deux, permettra *in fine* de mieux définir le périmètre des politiques à mener dans chacun des territoires concernés.

---

CHRISTOPHE GUIBERT / Professeur des universités en sociologie, Laboratoire ESO (UMR NRS 590) - ESTHUA, Faculté de tourisme, culture et hospitalité

(1)

Page internet de la SPL « Destination Les Sables d'Olonne », consultée le 8 janvier 2024

(2)

Simon Gwendal, « Hybridations, conflits et politiques des usagers », in Delaplace M. & Simon G., *Touristes et habitants. Conflits, complémentarités et arrangements*, InFolio, 2017, 171p.

(3)

Stock Mathis, « Habiter avec l'autre : identités et altérités dans les styles d'habiter polytopiques », *Le sujet dans la cité*, 2011/1 (n° 2), p. 54-65.

(4)

Chabrol Marie et al., *Gentrifications*, Paris : Editions Amsterdam, 2016, 357p.

Des échanges réguliers avec le directeur de la société publique locale (SPL) « Destination Les Sables d'Olonne », François Riou, confirment le constat selon lequel un territoire touristique s'envisage de manière plurielle. Une des missions de la SPL consiste à proposer une offre touristique à l'égard d'une clientèle estivale – qui l'est de moins en moins, au profit des « ailes de saison » – mais également animer le territoire pour la population locale, dans toute sa diversité, ainsi que les clientèles excursionnistes tout au long de l'année. Les offres culturelles, les événements sportifs (le « Vendée Globe », mais pas seulement !) et autres animations du territoire ne sont plus uniquement envisagées dans une logique « économique-touristique » mais également en faveur d'une population locale socialement hétérogène et de plus en plus nombreuse. Le slogan « *Aux Sables d'Olonne, le meilleur moment, c'est maintenant* » est révélateur de ce positionnement en insistant « *sur le fait qu'il y a toujours quelque chose à faire aux Sables d'Olonne* » à l'aune d'un « double niveau de lecture » : « *l'immédiateté (on peut toujours passer un très bon moment quel que soit le moment et l'envie)* » et « *l'absence de saisonnalité (le meilleur moment, c'est maintenant s'applique aussi bien un 10 juillet qu'un 13 octobre)* »<sup>1</sup>.

Si cette stratégie de développement et d'animation du territoire n'est, en France, pas nouvelle et ne se résume bien évidemment pas uniquement aux Sables d'Olonne, il n'en demeure pas moins que les populations des destinations touristiques sont pensées de manières plurielles et composites : les touristes ne sont pas les seuls à consommer touristiquement. C'est l'objet de cet article que d'envisager cette pluralité de consommateurs, d'habitants et d'usagers des lieux touristiques. Les territoires touristiques sont des lieux de résidence et d'habitation socialement hétérogènes au point que la lecture binaire autochtones/touristes ou locaux/étrangers constitue une impasse analytique. Les effets symboliques des fonctions sociales des mots « touriste » et « habitant » impliquent de déconstruire ou *a minima* de nuancer et d'hybrider ces derniers en dépassant « *l'enfermement mono-identitaire pour saisir la mixité ou la combinaison des modes d'habiter* »<sup>2</sup>.

Il en est d'ailleurs de même pour les notions à la mode, politiquement chargées et peu opérantes, de « surtourisme » ou d'« overtourisme », même si les effets des représentations subjectives qui en émanent ont des effets bien réels comme on le verra plus loin. De nombreux mécanismes sociaux, culturels politiques, économiques complexifient l'analyse au point de n'y voir finalement que de l'hétérogénéité et des contrastes au sein des populations résidentes d'une part au sein desquelles « l'habitat polytopique »<sup>3</sup> les caractérise de plus en plus et de penser dans une perspective localisée et contextualisée d'autre part (Les Sables d'Olonne n'est pas Paris, Paris n'est pas l'Alpe d'Huez, l'Alpe d'Huez n'est pas Collioure, etc.).

On voudrait donc esquisser ici différentes figures d'habitants des destinations touristiques, sans y voir une quelconque exhaustivité pour autant. Cinq directions sont ici proposées : la problématique de la gentrification et les effets des modifications de structure de populations locales ; les engagements contestataires des « autochtones » face aux fréquentations touristiques ; la question du travail et des emplois touristiques ; les mécanismes d'euphémisation et de dénégation des profits économiques ; la construction politique de « l'authenticité » où les habitants sont au cœur du processus.

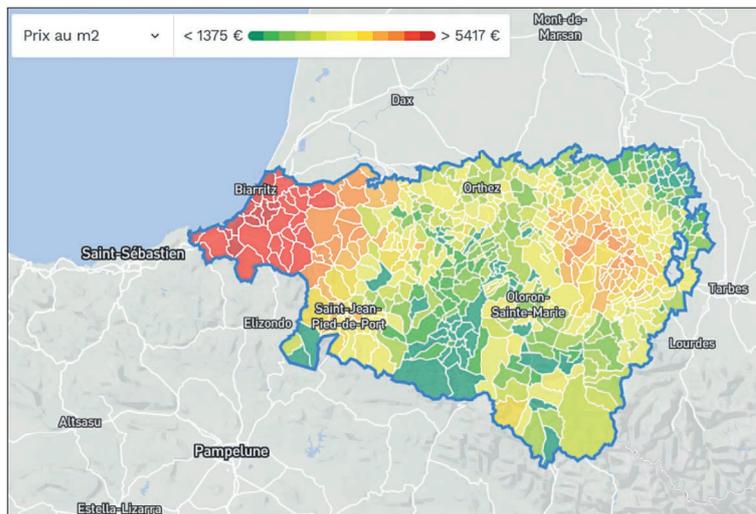
### LES HABITANTS DES LIEUX TOURISTIQUES : ASPECT COMPOSITE DES POPULATIONS ET MUTATIONS EN COURS

Si la gentrification n'est pas un mécanisme social et spatial « implacable » se déroulant selon un « schéma linéaire »<sup>4</sup> et a-contextuel, il n'en demeure pas moins que nombre de destinations touristiques se caractérisent, surtout depuis la crise du Covid-19 qui a accéléré le processus, par une transformation de la structure de la population résidente. Le phénomène désormais bien documenté lié à l'arrivée en situation de retraite d'une génération quantitativement importante a par exemple pour effet une migration importante en France, des principaux bassins de population (région parisienne en tête mais aussi métropoles régionales) vers les littoraux. Depuis deux ans environ, les articles de la presse quotidienne régionale font état, en Bretagne, en Vendée, en ▲

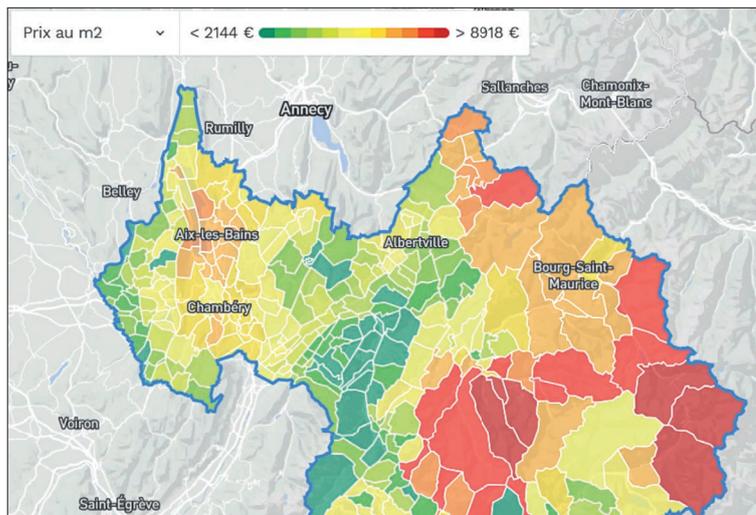
Charente-Maritime, dans les Pyrénées-Atlantiques pour la côte atlantique, le Var et les Alpes-Maritimes pour la côte méditerranéenne, de l'arrivée de populations de retraités ayant décidé de résider à l'année ou dans leur résidence secondaire nouvellement acquise dans ces territoires jugés attractifs. Si les contextes démographiques, économiques et touristiques sont bien singuliers sur chacun de ces territoires littoraux, il en résulte « un côtoiement de populations et de mobilités différenciées [...] où se conjuguent tout à la fois les mouvements de populations [...] et les manières d'habiter et de cohabiter des différents groupes sociaux »<sup>5</sup>.

Généralement, les néo-résidents possèdent un capital économique plus conséquent que celui qui caractérise les individus des populations autochtones, engendrant du même coup des rapports sociaux de domination localisés. Une des principales conséquences de ces transformations de structure de population réside dans la hausse assez mécanique des prix du foncier. Si les pouvoirs publics locaux ne mettent pas en œuvre des politiques volontaristes d'accès au logement, les catégories sociales les plus modestes peuvent de moins en moins se loger et donc habiter au sein des territoires touristiques. Le recours à la cartographie est explicite comme en témoigne la localisation des logements, à proximité du littoral ou des stations de montagne les plus prestigieuses dont les prix sont les plus élevés. Dans les Pyrénées-Atlantiques par exemple, Biarritz, Anglet, Saint-Jean de Luz, Guéthary, etc. sont les communes littorales où le foncier est le plus élevé. En Savoie, ce sont les stations de montagne et de sports d'hiver les plus prestigieuses qui font grimper les prix (Courchevel, Méribel, Tignes, Val d'Isère, etc.)

Au Pays basque, des habitants locaux se sont constitués en association en 2020 pour défendre leurs intérêts. Agissant tel un groupe de pression auprès des pouvoirs publics, l'association Alda (« changer » en langue basque) entend défendre « les intérêts et aspirations des populations, familles et personnes des milieux et quartiers populaires ». Les causes de la raréfaction de l'offre de logements et les difficultés des habitants locaux les plus vulnérables économiquement à se loger sont multiples selon cette association : « "attractivité" du territoire, tourisme haut de



CARTES DES PRIX DANS LE DÉPARTEMENT DES PYRÉNÉES-ATLANTIQUES ET EN SAVOIE (SOURCE : SITE MEILLEURSAGENTS.COM, LE 10 JANVIER 2024)



gamme et de masse, pression et inflation foncière, manque de maîtrise collective du foncier, explosion des loyers, spéculation immobilière, prolifération des résidences secondaires et des meublés touristiques permanents de type Airbnb, urbanisation galopante, faiblesse des politiques de réhabilitation de logements vacants, production insuffisante de logement social, manque d'hébergements d'urgence... »<sup>6</sup>. Ailleurs, le titre de cet article du Monde paru en janvier 2024 résume une situation qui interroge les pouvoirs publics : « Les prix de l'immobilier font fuir les habitants des stations de ski ». Pour la maire de Megève, invitée à donner son analyse, « Le constat est simple : c'est uniquement le fait d'une pression foncière et d'un coût du foncier qui font

(5)

Lévy Jean-Pierre, « Gentrification », in Segaud M., Brun J., Driant J.-C., Dictionnaire de l'habitat et du logement, Paris : Armand Colin, 2002

(6)

<https://www.alda.eus/>, consulté le 10 janvier 2024..

(7)

Alpes 1 Mag, <https://alpesdusud.alpes1.com/news/hautes-alpes/100811/hautes-alpes-saisonniers-et-logements-un-casse-tete-en-station>, 11 Octobre 2023.

(8)

GIRAUD Christophe, « Recevoir le touriste en ami. La mise en scène de l'accueil marchand en chambre d'hôtes », Actes de la recherche en sciences sociales, 2007/5 (n° 170), p. 14-31.

que notre population locale ne peut pas rester et investir ». En quatre décennies, la population du village de Megève a perdu 40 % de sa population résidente au profit, dorénavant de plus de 80 % de résidences secondaires « et un prix de l'immobilier se négociant à hauteur de 10 000 euros le mètre carré »<sup>7</sup> conclut l'édile, soit les prix des beaux quartiers parisiens.

Au-delà des problématiques hybrides, selon les territoires et les contextes, de l'accès au logement, les territoires touristiques sont « consommés » différemment selon les catégories sociales présentes. Rappelant en cela le fameux article du sociologue Patrick Champagne « Les paysans à la plage »<sup>8</sup> et les situations de coprésences de groupes dont les usages sociaux du littoral (ici la plage) sont éminemment différenciés, les différentes catégories de population résidentes, dans les lieux touristiques, s'approprient, utilisent, pratiquent de manière différente le territoire. Dans leur mémoire de Master 2 Tourisme « Espaces et sociétés littorales » du campus des Sables d'Olonne (ESTHUA, université d'Angers) soutenue en 2023, Jeanne Bigas et Charlotte Jego démontrent bien, à l'appui d'entretiens auprès de résidents issus des catégories sociales

les moins pourvues en ressources économiques et culturelles, que les offres culturelles et sportives proposées au sein de la ville des Sables d'Olonne ne sont pas toujours destinées au plus grand nombre, c'est en tous cas le ressenti de certains habitants interrogés. Les perceptions déclarées par ces derniers, parfois symboliquement violentes au sujet du logement ou des situations de coprésence, témoignent du sentiment diffus de ne pas toujours être à sa place comme en témoignent ces quelques extraits :

« L'été quand il y a pleins de bobos parisiens qui viennent aux Sables, là, on sent qu'on ne vient pas du même monde. »

« Il y a plus de retraités que d'enfants dans cette ville. Pour les enfants, c'est un peu limité. »

« Non, j'avoue que je ne m'y suis jamais intéressé. Je ne sais pas trop, je ne regarde pas trop ce que propose la ville concernant les offres culturelles. »

« Rien n'est mis en place pour les personnes comme moi. Tout est fait pour les habitants des maisons bourgeoises et les propriétaires des maisons secondaires. Il n'y a pas d'amélioration pour les personnes qui habitent dans les HLM, l'insécurité est grandissante, l'insalubrité également et personne ne nous entend. » ▲



**LES NÉO-RÉSIDENTS POSSÈDENT UN CAPITAL ÉCONOMIQUE PLUS CONSÉQUENT QUE LES POPULATIONS AUTOCHTONES, ENGENDRANT DES RAPPORTS SOCIAUX DE DOMINATION LOCALISÉS**

(9)

Ouest-France, « Qui sont les greeters, ces habitants qui proposent de vous faire découvrir leur ville gratuitement ? », <https://www.ouest-france.fr/leditiondusoir/2023-10-27/qui-sont-les-greeters-ces-habitants-qui-proposent-de-vous-faire-decouvrir-leur-ville-gratuitement-0a1f66bd-77bf-4238-a267-9b904594eca6>, en ligne, consulté le 10 janvier 2024.

(10)

Source : <https://www.tourisme-valdemarne.com/arts-culture/balades-urbaines/balades-avec-un-habitant-greeters/>, en ligne, consulté le 10 janvier 2024.

(11)

GUIBERT C., « Les vagues de surf : des convoitises différenciées. Entre patrimonialisation, privatisation et monopolisation », Terrain, n°63, septembre 2014, p. 126-141.

(12)

France TV Info, « *Tourisme : quand les habitants des villes deviennent guides* », 21 août 2016, URL : [https://www.francetvinfo.fr/decouverte/vacances/tourisme-quand-les-habitants-des-villes-deviennent-guides\\_1599227.html](https://www.francetvinfo.fr/decouverte/vacances/tourisme-quand-les-habitants-des-villes-deviennent-guides_1599227.html), en ligne, consulté le 10 janvier 2024.

(13)

Martin Jean-Clément & Suaud Charles, « *Le Puy du Fou. L'interminable réinvention du paysan vendéen* », Actes de la Recherche en Sciences Sociales, n°93, 1992, p. 21-37.

(14)

Site internet « surf4all », URL : <http://www.surf4all.net/article944.html>, consulté le 26 octobre 2012.

Dans la continuité de ces engagements localisés pour pouvoir se loger, d'autres formes contestataires peuvent parfois avoir lieu là où on ne les attend pas forcément.

### HABITER ET CONTESTER<sup>9</sup>

Habiter un territoire touristique, c'est profiter de retombées économiques potentielles si l'on travaille dans le secteur, c'est pouvoir participer aux animations et aux événements dédiés aux clients touristiques, c'est résider dans un lieu désirable (au moins touristiquement), mais c'est également, pour certains, subir des densités de fréquentation, subir des désagréments divers, etc. Ces représentations subjectives ne sont pas collectivement partagées par les habitants. Une enquête réalisée par les étudiants de 3<sup>e</sup> année de Licence en tourisme littoral du campus des Sables d'Olonne a démontré que les Sablais et les Sablaises envisageaient de manière très disparate la « surfréquentation » estivale. Pour certains, le tourisme anime la cité ou est source d'emploi, pour d'autres, les touristes apportent bruit, nuisances et encombrement (selon l'expression de Luc Boltanski<sup>10</sup>) l'espace du quotidien. Sans y voir une logique binaire, les représentations nuancées s'inscrivent en réalité dans une sorte de *continuum* allant de l'acceptation au rejet.

Habiter un lieu, c'est également y avoir ses habitudes, ses propres usages adossés à une forme d'entre soi localisé. Des activités sportives cristallisent ici la contestation : le surf en particulier sur le littoral atlantique en France, mais également dans d'autres lieux à l'international où les « spots » y sont réputés illustre le phénomène de « localisme » où le rejet de l'autre – du touriste, de l'étranger – est parfois puissant<sup>(11)</sup>. L'appropriation exclusive ou quasi-exclusive des vagues de surf peut se réaliser par les pratiquants eux-mêmes où l'entre soi des surfeurs locaux participe de la volonté d'exclure les touristes des lieux de pratique. Qualifiées de « localisme » dans le jargon de l'univers du surf – forme contemporaine d'autochtonie –, les procédures d'appropriation sont ici portées par des individus dont l'objectif avoué est de limiter les effets, néfastes à leurs yeux, de la surpopulation des « spots » de surf par les « étrangers ». Si le localisme (et son corollaire lié à un imaginaire belliqueux) reste davantage discursif que réel, des vagues de surf



Aux Sables d'Olonne (Vendée), des retraités d'autres régions s'installent durablement.

sont réputées pour être jalousement conservées, autrement dit monopolisées, par des surfeurs « locaux ». Quelques vagues du sud de l'Aquitaine, du littoral canarien voire, à une échelle plus exotique, des îles polynésiennes (Tahiti) et pacifiques (Hawaï) sont ainsi emblématiques de ces appropriations distinctes de tout mode de régulation officielle politique et juridique. C'est le maintien du capital d'autochtonie et l'appartenance au groupe localisé – autrement dit « être du coin »<sup>12</sup> – qui est finalement primordial dans l'accès aux biens « rares » comme les vagues. Les propriétés individuelles mises en jeu reposent davantage sur l'origine géographique que sur les propriétés économiques ou culturelles des surfeurs. Les profits sociaux et symboliques à se revendiquer et à s'incarner à partir des lieux sont au cœur de ce processus de monopolisation exclusive ou quasi-exclusive des « spots » de surf comme l'indique l'auteur d'un livre sur les « dangers » du surf :

*« Les locaux qui surfent toute l'année pensent qu'ils sont plus légitimes sur « leur » spot que les touristes et qu'ils méritent plus qu'eux de prendre les vagues. Certains surfeurs confirmés considèrent qu'ils exploiteront mieux une vague qu'un surfeur de niveau inférieur et se permettent de le taxer. De vieux surfeurs estiment que leur vécu leur donne tous les droits sur les plus jeunes... Ces discriminations sont source de conflits entre les locaux et les estivants, les surfeurs expérimentés et les débutants, les anciens et les jeunes loups. »<sup>13</sup>*

Autre territoire, les Îles Canaries sont réputées, dans la presse spécialisée, pour leurs vagues « jalousement gardées par les surfeurs locaux »<sup>14</sup> comme cela est régulièrement relaté dans la

(15)  
Entretien effectué au « spot » de « La Sauzaie », mai 2011.

(16)  
Pour davantage de compléments sur cette partie, voir Guibert Christophe, « Le sens du travail. Être saisonnier l'été en station balnéaire », *Téoros*, revue de recherche en tourisme, à paraître, 2024.

(17)  
Aux fins de commodité de lecture et partant du principe que, pour catégoriser le réel, les saisonniers, quel que soit le statut juridique de leur contrat de travail, se dénomment justement de manière émique « saisonnier », le terme de « saisonnier » sera utilisé dans cet article (sauf cas contraire et précisé) pour évoquer tous les cas rencontrés (CCD de deux mois, CDD plus long, contrat saisonnier).

(18)  
Bercot Régine, Sophie Divay et Charles Gadéa (dir.), 2012, *Les groupes professionnels en tension. Frontières, tourments, régulations*, Toulouse, Octarès.

presse spécialisée. Le surf est pour les habitants de Lanzarote, notamment, un moyen d'affirmer leur appartenance au lieu, très fréquenté par les surfeurs et windsurfeurs français, allemands et hollandais tout au long de l'année, et particulièrement en hiver, période où la température de l'eau est peu propice aux activités nautiques sur le continent européen. Au-delà des rumeurs relayées par les journalistes spécialisés et les commentaires des forums sur internet, le « localisme » est matérialisé, face au « spot » de « La Santa », un des plus réputés et les plus techniques de l'île, par une sorte de tronc d'arbre sur lequel est fixé un drapeau où est inscrit « *only locals* ». L'objectif affirmé est ici de produire un message à destination des touristes étrangers souhaitant surfer ce « *spot* ».

Il n'est toutefois pas nécessaire de prendre pour terrain d'enquête les lieux de pratique les plus réputés et les plus fréquentés. Autrement dit, le « localisme » ne s'observe pas uniquement dans le sud du département des Landes ou sur la côte basque concernant la France. Le « *spot* » de « La Sauzaie » à Brétignolles-sur-mer en Vendée, réputé pour être un des plus exigeants du département sur le plan technique, est concerné par le phénomène. L'espace physique réduit pour la pratique, la vague déferle sur une dalle rocheuse à un endroit bien précis, renforce la proximité entre surfeurs. Les habitués, originaires des communes alentours, de bon niveau, monopolisent systématiquement le « *spot* » dès que les vagues sont jugées de « bonne qualité ». L'entre soi prévaut : les encouragements, le placement au meilleur endroit du déferlement mais aussi les blâmes à l'égard des « étrangers » si ces derniers loupent une vague ou, suite à un mauvais positionnement, gênent les locaux. Ce surfeur nantais, non résidant vendéen, après une altercation lors d'une session de surf à « La Sauzaie » exprime son étonnement à l'égard de procédés qu'il juge « *complètement fou* » :

*« Moi je ne viens pas très souvent surfer ici, je vais plutôt en Bretagne sud. Mais c'est vrai qu'à chaque fois qu'on vient ici avec les potes, on sent bien que l'ambiance est pas terrible quoi ! Il faut être du coin... les gars ici ils se connaissent. Ils parlent fort entre eux et te disent pas bonjour à l'eau. [...] Alors c'est vrai que tout à l'heure, la situation était pas vraiment claire : la vague a*

*fermée des deux côtés... moi je suis parti... et après il y a un mec qui m'a gueulé dessus me disant de dégager, que j'étais pas chez moi... c'est complètement fou comme comportement ! Les vagues, elles sont à tout le monde !<sup>15</sup>»*

## HABITER ET TRAVAILLER DANS DES LIEUX TOURISTIQUES<sup>16</sup>

Les métiers du tourisme dans de nombreuses destinations touristiques (zones littorales, stations de montagne, etc.) sont structurés par la durée de la saisonnalité touristique des territoires. En Vendée notamment comme dans d'autres territoires littoraux de France métropolitaine, les métiers de service dans le domaine du tourisme et des loisirs sont majoritairement caractérisés par des contrats de travail à durée déterminée en période estivale, excédant rarement trois à quatre mois entre mai et septembre. Les professionnels de l'économie touristique estivale littorale en contrat de travail à durée déterminée (CDD) ou en contrat de « saisonniers » peuvent ainsi être embauchés dans la restauration en qualité de serveur, de plongeur, etc. ; dans l'hôtellerie en qualité d'agent d'accueil, de personnel d'entretien, etc. ; dans le domaine des services de loisirs en qualité d'agent d'accueil, d'animateur, de moniteur sportif diplômé d'État, etc. Ils peuvent également occuper des fonctions de surveillant de baignade, de vendeur dans les échoppes et autres magasins de plage, etc. De l'étudiant en « job d'été » au salarié pluriactif qui cumule depuis de nombreuses années « les saisons » estivales, du « jeune en insertion » à l'autochtone profitant durant un ou deux étés de la manne économique locale, les profils (âge, sexe, diplôme[s] et qualification[s], expérience[s] professionnelle[s], etc.) sont pour le moins hétérogènes<sup>17</sup>.

Les saisonniers en station balnéaire constituent ainsi « *un être collectif aux frontières mouvantes* »<sup>18</sup> et dont les modes d'habiter le sont tout autant. Si les intérêts économiques, s'engager par « passion », vivre dans l'insouciance d'une « vie de bohème », développer un réseau social et acquérir du prestige symbolique constituent les principales raisons évoquées – avec leurs mots – par les salariés et les saisonniers interrogés quand ils expliquent leurs choix professionnels, il n'en demeure pas moins que les trajectoires localisées de ces professionnels se définissent à contre- ▲

temps en CDD (pendant les périodes de vacances ordinaires) et à contre-espace (dans des lieux de vacances). Il en résulte des écarts aux normes sociales selon lesquelles le CDI est érigé en règle, en « norme d'emploi »<sup>19</sup>, et où les stabilités professionnelles géographique et domestique (être en couple, avoir un ou des enfant[s]) sont socialement valorisées.

Les problématiques de résidentialisation, de durée des contrats de travail, des salaires, etc. se posent de manière différente dans le contexte des stations de montagne l'hiver par exemple, où des processus de « diversification du tourisme » sont engagés depuis plusieurs années<sup>20</sup>. Cela invite donc à penser les expériences et le sens des activités professionnelles des saisonniers, renouvelées chaque année, de manière contextualisée au croisement de plusieurs dimensions de la vie sociale (professionnelle, familiale et résidentielle). Cela n'empêche pas des acteurs de l'économie touristique d'être vigilants comme le rappelle cet article de *Alpes 1 Mag* intitulé : « Hautes-Alpes : saisonniers et logements, un casse-tête en station »<sup>21</sup>.

### HABITANTS ET DÉNÉGATION DE L'ÉCONOMIQUE

Les habitants des lieux touristiques, qu'ils soient autochtones, néo-résidents, résidents éphémères, etc. participent de la vie et de l'animation touristique des territoires. Des formes d'engagements dans l'offre et la promotion de leurs lieux de vie se caractérisent parfois par une sorte de dénégation de l'économique. Deux profils peuvent être ici dépeints pour exemple : les propriétaires de chambres d'hôtes et les *greeters*, les habitants qui promeuvent leur ville en organisant des visites à l'égard d'une « clientèle » touristique.

Le sociologue Christophe Giraud a analysé finement les usages sociaux et les interactions des propriétaires de chambres d'hôtes dans le cadre d'échanges avec les touristes. L'euphémisation de la dimension marchande, à l'inverse d'un établissement hôtelier classique où cette dernière est explicite, permet une sorte de familiarité, de proximité, qui favorise le fait d'accueillir les touristes « en amis » : « *L'accueil en chambre d'hôtes est une activité marchande pourvue d'une double dimension : matérielle, puisqu'il*

(19)

Méda Dominique, 2018 [rééd. 2004], *Le travail*, Paris, Presses universitaires de France.

(20)

Tuppen John et Langenbach Marc, 2022, « Diversification du tourisme et des activités sportives de nature : nouveaux enjeux des stations de moyenne montagne (France, Suisse) ? », *Sciences sociales et sport*, vol. 20, n° 2, p. 61-81.

(21)

Alpes 1 Mag, <https://alpesdusud.alpes1.com/news/hautes-alpes/100811/hautes-alpes-saisonniers-et-logements-un-casse-tete-en-station>, 11 Octobre 2023.

## DANS CERTAINES RÉGIONS, LES SURFEURS PRATIQUENT LE MAINTIEN DU CAPITAL D'AUTOCHTONIE ET L'APPARTENANCE AU GROUPE LOCALISÉ, À SAVOIR "D'ÊTRE DU COIN"



La matérialisation du localisme. Face au « spot » de surf de « La Santa », à Lanzarote, les surfeurs locaux ont installé un mat sur lequel figure l'inscription « only local », agrémenté d'une tête de mort. (Photographie de Ch. Guibert, avril 2012).

(22)

GIRAUD Christophe, « Recevoir le touriste en ami. La mise en scène de l'accueil marchand en chambre d'hôtes », Actes de la recherche en sciences sociales, 2007/5 (n° 170), p. 14-31.

(23)

Ouest-France, « Qui sont les greeters, ces habitants qui proposent de vous faire découvrir leur ville gratuitement ? », <https://www.ouest-france.fr/leditiondusoir/2023-10-27/qui-sont-les-greeters-ces-habitants-qui-proposent-de-vous-faire-decouvrir-leur-ville-gratuitement-0a1f66bd-77bf-4238-a267-9b904594eca6>, en ligne, consulté le 10 janvier 2024.

(24)

Source : <https://www.tourisme-valdemarne.com/arts-culture/balades-urbaines/balades-avec-un-habitant-greeters/>, en ligne, consulté le 10 janvier 2024.

(25)

France TV Info, « Tourisme : quand les habitants des villes deviennent guides », 21 août 2016, URL : [https://www.francetvinfo.fr/decouverte/vacances/tourisme-quand-les-habitants-des-villes-deviennent-guides\\_1599227.html](https://www.francetvinfo.fr/decouverte/vacances/tourisme-quand-les-habitants-des-villes-deviennent-guides_1599227.html), en ligne, consulté le 10 janvier 2024.

*s'agit d'héberger chez soi pour une nuit ou plus des touristes et de leur proposer le petit déjeuner le lendemain ; relationnelle, car les prestataires se doivent d'accueillir les touristes « en amis ». [...] La dynamique de la relation peut conduire à insister davantage sur la dimension familière que sur la dimension marchande, et l'orienter vers une relation amicale. Le cadre marchand est cependant toujours présent (les ex-touristes ne sont-ils pas « amis » par intérêt ?) et il faut trouver des signes qui permettent de s'en séparer<sup>22</sup>». On peut ici convoquer les cadres conceptuels classiques proposés par Erving Goffman et les mécanismes de mise en scène de la vie quotidienne : les habitants propriétaires de gîtes et de chambres d'hôtes construisent une « façade » leur permettant de contrôler symboliquement et pratiquement les échanges et les interactions avec les touristes. Les touristes sont ainsi intégrés à la famille, habitent sous le même toit et co-construisent une « atmosphère », selon le mot de Christophe Giraud, singulière et spécifique à cette relation sociale qui gomme la dimension marchande. Accueillir des touristes chez soi en chambre d'hôtes, c'est un peu jouer de manière spontanée une pièce de théâtre mais où chacun connaît à l'avance son rôle.*

Les habitants qui choisissent quant à eux de faire profiter de leurs connaissances des lieux qu'ils habitent à l'égard des touristes, de façon bénévole et gratuite, constitue une autre approche de la dénégation de l'économie dans des situations touristiques. Ambassadeurs et promoteurs de leurs propres territoires et lieux de vie, ces habitants « accueillants » – ou « greeters » en anglais – font découvrir le patrimoine, les usages des lieux, les histoires méconnues à des groupes de touristes. « *La visite touristique ne doit pas se limiter à un acte de consommation.* » affirme Lynn Brooks, fondatrice des Greeters à New-York en 1992. « *Ce que j'apprécie, c'est qu'on va au rythme des gens. On est centré sur la rencontre. Très vite, on devient l'ambassadeur de sa ville et de son quartier.* » indique cette « greeter » de 61 ans, habitante de Lion-sur-Mer près de Caen et « amoureuse du « slow tourisme », ce tourisme alternatif, lent et respectueux de l'environnement »<sup>23</sup>. Ils s'engagent dans ces actions de manière autonomes, sous forme d'association (les Greeters de France par exemple (<https://greeters.fr/>) ou de manière insti-

tutionnalisée avec la collaboration des offices de tourisme locaux. Val-de-Marne Tourisme & Loirsirs<sup>24</sup> s'est par exemple associé à « Parisien d'Un Jour » (association de type Loi 1901, affilié au réseau international des « greeters ») pour développer et favoriser cette manière de découvrir le territoire aux touristes. Les balades se déroulent dans plusieurs villes reliées par le métro et permettent de visiter les villes et faire découvrir la culture locale. À Marseille, des habitants s'organisent également pour faire découvrir leur ville et en valoriser l'image :

*« Emmener les visiteurs dans des quartiers qu'aucun n'autre guide ne connaît. Tel est le credo de Max, "greeter" marseillais qui se fait un plaisir de mettre à disposition de ceux qui lui en font la demande sa connaissance du moindre recoin de la cité phocéenne. Lorsque nous allons à sa rencontre, il est occupé à faire découvrir son quartier à un couple de Québécois en vacances en France et qui semble sincèrement apprécier cette visite qui ne ressemble à aucune autre. Si Max a décidé de devenir "greeter", c'est principalement pour redorer le blason de Marseille, une ville qui souffre trop selon lui d'une image négative alimentée par les nombreux faits divers au sujet de la délinquance et des règlements de compte. Près de 80 "greeters" officient ainsi dans la ville, guidant même parfois d'autres Marseillais qui souhaitent découvrir des quartiers méconnus<sup>25</sup>».*

Près de 1 500 Français sont des habitants « greeters » fin 2023, ce qui positionne la France comme un des pays les plus dynamiques en la matière. Se pose toutefois la question de la concurrence (déloyale ?) avec les guides professionnels qui vivent économiquement de leurs prestations.

## LES POPULATIONS LOCALES COMME OUTIL DE PROMOTION POLITIQUE ET TOURISTIQUE

Les habitants des territoires peuvent enfin contribuer à ce que ces derniers deviennent touristiques, à tout le moins peuvent-ils contribuer au développement touristique en alimentant l'offre. Plus particulièrement, il est ici question des habitants séculaires, les autochtones, appréhendés comme soutien à la construction touristique des destinations par le politique. Deux cas, quoique contextuellement très différents, permettent d'illus- ▲

trer ce constat : les habitants des communes rurales du nord du département de la Vendée avec le Puy du Fou d'une part et l'ethnie minoritaire Li, sur l'île de Hainan en Chine d'autre part. En Vendée comme en Chine, les habitants confèrent de l'authenticité au lieu à la suite d'un travail politique ciblé, intéressé et stratégique.

Le Puy du Fou, parc d'attraction dont la renommée ne se discute dorénavant plus, a été inventé à la fin des années 1970 par Philippe de Villiers, alors jeune énarque et futur président du Conseil Général de la Vendée durant plusieurs mandats. Au-delà du parc et de ses animations, c'est la « cinéscénie », dont la grande majorité des « acteurs » et figurants sont des bénévoles provenant des territoires ruraux à proximité qui constitue le « tour de force » de son promoteur. L'analyse fine de l'historien Jean-Clément Martin et du sociologue Charles Suaud questionnant le travail de « rénovation » de l'identité culturelle vendéenne à la fin des années 1970 assurée par Philippe de Villiers leur permet d'affirmer l'idée de « L'interminable réinvention du paysan vendéen »<sup>26</sup>. Les conditions qui ont rendu possible le spectacle du Puy du Fou « doivent être recherchées dans une formation sociale locale [...] composée d'individus objectivement situés dans des communautés où les liens sociaux sont restés forts, et dotés des dispositions leur permettant de percevoir l'enjeu de la représentation qui leur était proposée. » Le spectacle participe de la Vendée éternelle grâce à l'intégration depuis dorénavant plus de quatre décennies des habitants locaux. Il consiste à faire vivre des Vendéens dans un univers puisant dans une histoire mythifiée issue des Guerres de Vendée en 1793. Pour Jean-Clément Martin et Charles Suaud, « le spectacle veut imposer cette indiscutable certitude que "le Puy du Fou, c'est la Vendée". Au Puy du Fou, "le peuple" occupe la scène. Les acteurs ne représentent pas leurs seules communautés ; en jouant, ils restaurent une Vendée "retrouvée" dans sa mémoire et son identité, en harmonie dans sa diversité et son évolution, [...] en un mot "réconciliée avec elle-même". » Si, sur le plan économique, le succès du Puy du Fou repose sur l'engagement bénévole des habitants locaux, la croyance de ces derniers envers le message promu par le scénario de la « cinéscénie » est à n'en pas douter l'autre vecteur de Philippe de Villiers.



© C. Guilbert, Sanya, Hainan, décembre 2016

#### LA TRADITION MISE EN SCÈNE

Assise sur le sol, son métier à tisser sur les genoux, cette femme vêtue en habits traditionnels stoppe son activité et lève le pouce à chaque cliché des touristes (majoritairement des Chinois Han).

En Chine, le contexte politique est très différent. Dans les provinces éloignées des grandes régions économiquement et démographiquement dominantes de la côte est, le tourisme participe du développement économique des territoires. Les ethnies minoritaires sont mises à contribution pour alimenter l'offre touristique en faveur d'une clientèle internationale ou nationale majoritairement constituée de Han, l'ethnie majoritaire en Chine qui occupe les positions sociales, politiques et économiques les plus élevées. Le travail de Sjie Chen par exemple démontre comment les femmes de la minorité Dai participe à la mise en tourisme des cultures locales dans la province au-

(26)

Martin Jean-Clément & Suaud Charles, « Le Puy du Fou. L'interminable réinvention du paysan vendéen », Actes de la Recherche en Sciences Sociales, n°93, 1992, p. 21-37.

(27)

Chen Sijie, Les femmes Dai dans le champ du tourisme ethnique au Xishuangbanna (Chine), doctorat de sociologie, Université d'Angers, en cours.

(28)

Vernay Benoit, « La stratégie de l'île de Hainan (Chine) pour devenir une destination touristique internationale », Mondes du tourisme, Tourisme et mondialisation, 2011, p. 208-218.

(29)

Source : <https://www.chineescapade.com/guide-touristique/Sanya/binglanggu.html>, en ligne, consulté le 9 janvier 2023.

tonome du Xishuangbanna dans le Yunnan, à l'extrême sud de la Chine continentale<sup>27</sup>. Sur l'île de Hainan, le processus est relativement similaire avec l'ethnie minoritaire des Li. Devenue Zone économique spéciale à la fin des années 1980, le gouvernement chinois a souhaité faire de Hainan une destination touristique internationale de haut standing, véritable « Hawaii de l'Orient »<sup>28</sup>. Après plusieurs phases successives d'aménagement (aéroport international, axes routiers, port de croisière, chaînes d'hôtels de luxe, etc.), l'offre touristique, initialement basée sur le tourisme balnéaire, s'est étoffée grâce au développement de parcs culturels affichés tels des îlots d'authenticité et de traditions. Des villages Li sont ainsi au sens propre « mis en tourisme » par les autorités locales en charge de la promotion touristique de l'île. Sommés de maintenir des usages traditionnels dans leurs manières de se vêtir ou sur les métiers à tisser, les habitants doivent jouer le jeu en présence des touristes. Cette authenticité de façade est pourtant euphémisée au profit d'une tradition authentique selon certains guides touristiques chinois : « *Un peu de partout dans les villages, les peuples des minorités portent le costume traditionnel et surtout les tatouages, qui font la renommée de ces ethnies. Il est possible de visiter certaines des maisons et jardins et de se balader assez librement dans le*

*village. Un théâtre a été aménagé pour accueillir les danses et chants traditionnels. Ainsi, il est possible d'assister à la fameuse danse des bambous des Li*<sup>29</sup> ». En réalité, les habitants des villages Li n'ont d'autre choix que de se plier à l'injonction politique selon laquelle les villages ne peuvent subsister que touristifiés. Si les traditions sont bafouées et falsifiées au profit d'une valorisation touristique, les retombées économiques pour les autochtones ne sont toutefois pas négligeables.

Au Puy du Fou en Vendée comme dans les villages Li à Hainan, ce sont les habitants locaux qui, acteurs au sens propre comme figuré, participent pleinement de l'offre touristique territorialisée. Sans eux, la mise en scène des traditions locales, supposées réelles ou fictives, ne pourrait être proposées aux clientèles touristiques. En conclusion, l'idée force de cet article consiste à nuancer les différents usages sociaux des modes d'habiter. La contextualisation à la fois sociale et spatiale est nécessaire pour appréhender finement les multiples manières d'être habitant dans une destination touristique. Dans chaque cas cependant, les pratiques résidentielles des habitants (en résidence principale, secondaire ou plus selon une durée plus éphémère) participent de la production des lieux touristiques et à leur identification sociale et symbolique. ■

La communauté des bénévoles constitue le cœur battant du Puy du Fou.

