



HAL
open science

Culture nomade versus culture savante. Naissance et vicissitudes d'un tourisme de désert en Adrar mauritanien

Sébastien Boulay

► **To cite this version:**

Sébastien Boulay. Culture nomade versus culture savante. Naissance et vicissitudes d'un tourisme de désert en Adrar mauritanien. Cahiers d'études africaines, 2009. hal-01327551

HAL Id: hal-01327551

<https://hal.science/hal-01327551>

Submitted on 7 Jun 2016

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.

Sébastien Boulay

Culture nomade *versus* culture savante

Naissance et vicissitudes d'un tourisme
de désert en Adrar mauritanien

Profitant des difficultés d'autres destinations sahariennes comme l'Algérie, le Mali ou le Niger, le tourisme organisé prend son essor en Mauritanie à partir de 1996, grâce à l'ouverture d'une ligne aérienne entre Paris, Marseille et la ville d'Atar, chef-lieu de la région de l'Adrar¹. Les voyages proposés sont présentés comme relevant à la fois de la catégorie du « tourisme d'aventure », proposant des séjours d'une semaine de « randonnée chamelière » ou de 4x4 dans le désert, et de celle du « tourisme culturel », ciblant la découverte de la culture locale et la visite de sites historiques. Jusqu'en 2007, le volume des touristes français se rendant en Adrar par ligne aérienne directe reste limité à environ 10 000 personnes par an. Le « marché » est disputé par une quinzaine de voyagistes, français pour la plupart, représentés sur place par des agences mauritaniennes qui assurent la réalisation des circuits. La grande majorité de ces derniers passe par la petite cité de Chinguetti, faisant d'elle le site touristique le plus visité de la région.

La naissance du fait touristique en Adrar suppose des processus de représentation et de mise en visite de la « culture locale », concept absent de l'univers lexical des Adrarois jusque récemment et résultat d'une construction à plusieurs voix : voyagistes étrangers, institutions internationales, État

-
1. Le rôle joué par l'ancien président de la République Maaouiya Ould Sid Ahmed Taya (1984-2005), originaire de l'Adrar, dans le choix de cette région pour donner une impulsion au secteur touristique, a sans doute été décisif, même s'il est vrai que l'Adrar présentait d'emblée un « potentiel touristique » important en termes de renommée à l'étranger, de variété des paysages et des sites, ainsi que des relations anciennes avec la France. L'Adrar reste aujourd'hui l'une des régions les moins peuplées du pays : 69 542 habitants au Recensement général de la population et de l'habitat de 2000 (dpt d'Aoujeft : 20 181 ; dpt d'Atar : 38 962 ; dpt de Chinguetti : 6 704 ; dpt de Ouadane : 3 695). Sur l'Adrar, voir notamment les travaux de P. BONTE (1998, 2008).

Cahiers d'Études africaines, XLIX (1-2), 193-194, 2009, pp. 95-121.

et professionnels mauritaniens, touristes enfin. Le projet de ce texte sera précisément d'interroger, à l'appui de matériaux d'enquête recueillis en 2005 et 2006², ces processus et dispositifs d'invention³ et de transmission suscités par l'implantation de cette nouvelle activité économique. Comme le note M. Picard (2001 : 120), « les populations locales ne sont pas les objets passifs du regard touristique, mais des sujets actifs qui construisent des représentations de leur culture à l'usage des touristes, des représentations fondées à la fois sur leur propre système de références et sur leur interprétation du désir des touristes ». Quels éléments de la culture locale sont qualifiés pour représenter celle-ci ? Comment ces éléments sont représentés et transmis, pour quelle « efficacité » aux yeux des touristes ? Quelles nouvelles relations sociales suscitent ces processus ?

La première partie du texte sera consacrée à une description du produit touristique le plus vendu par les voyagistes français intervenant en Adrar, la « randonnée chamelière » dans le désert, en tant que cadre de rencontre des protagonistes et d'échanges interculturels. Nous procéderons ensuite à une analyse des modalités de reconstitution et de transmission d'une culture « nomade » dans le cadre de cette équipée singulière. Puis nous verrons comment, à travers l'exemple de la ville de Chinguetti, une autre version de la culture locale, savante et citadine, est fabriquée et présentée aux visiteurs. La dernière partie du texte s'intéressera aux nouvelles relations sociales générées ainsi qu'aux modalités d'instrumentalisation du patrimoine dans la défense d'intérêts économiques et politiques locaux.

Le circuit de « randonnée chamelière » : une équipée interculturelle singulière

L'aérogare d'Atar : lieu du basculement

Entre fin octobre et fin avril, deux voire trois avions charters desservent chaque dimanche l'aérogare d'Atar, chef-lieu de la région de l'Adrar, en provenance de Paris et de Marseille. Ils sont affrétés par la société Point-Afrique voyages, suivie, depuis 2002, par l'affréteur GO Voyages. L'embarquement des touristes se fait en France, au petit matin, et l'arrivée des avions à Atar a lieu vers 12 h 00, heure locale, soit au moment le plus chaud de la journée. Les touristes quittent généralement un climat froid et humide pour trouver à leur arrivée en Mauritanie un climat très sec et des températures

2. Recherche post-doctorale encadrée par l'USM 105 « Objets, cultures et sociétés » du Muséum national d'Histoire naturelle, et soutenue par la SOMASERT (Société mauritanienne de services et de tourisme).
3. A. APPADURAI (2005 : 22) a montré que le « local » n'existe pas de lui-même, qu'il est invention permanente et que ce sont les conditions et modalités d'invention de ce « local » qui doivent être analysées.

diurnes assez élevées (souvent supérieures à 35° à l'ombre en début et en fin de saison). Le dépaysement⁴ est avant tout une affaire de perception sensorielle et la première impression de changement que ressentent les touristes en sortant de l'avion tient dans la chaleur écrasante de la mi-journée.

Ce tourisme séduit avant tout des individus relevant des classes moyennes et supérieures et travaillant dans les domaines de l'Enseignement, de la Santé, des grandes et moyennes entreprises. Les groupes comprennent davantage de femmes que d'hommes⁵. La moyenne d'âge est de 41 ans. Un tiers des participants sont des célibataires et beaucoup de personnes menant une vie de couple en France choisissent de faire ce voyage seules, soit parce que le conjoint n'est pas intéressé par le trekking⁶, soit pour des contraintes de congés ou professionnelles. Le trek dans le désert est souvent un projet individuel au cours duquel on fera le point sur sa vie : les enquêtes ont en effet montré que la randonnée dans le désert mauritanien était souvent effectuée à un moment important de la biographie individuelle (reconversion professionnelle, rupture affective, etc.). Inversement, lorsque ce voyage est fait en couple, il peut être choisi pour sceller un moment important de la vie conjugale (voyage de noces, anniversaire de mariage). Le désert permet de « faire le vide » pour mieux repartir dans la vie. L'épreuve physique dans cet environnement a également valeur d'initiation (Urbain 2002 : 230).

Une fois les formalités de douane accomplies et les bagages récupérés, les touristes sortent du bâtiment et se dirigent vers le parking de l'aéroport, où les attendent des hommes en boubous bleus ou blancs qui brandissent des affichettes portant les noms des différents voyagistes qui commercialisent des séjours en Mauritanie⁷. Chaque guide-accompagnateur accueille et regroupe ses clients. Il se présente et demande au visiteur de décliner son identité afin de vérifier que celui-ci figure bien sur la liste que lui a confiée sa société⁸. Les arrivants restent ensuite auprès de « leur » guide le temps que celui-ci rassemble les autres membres du groupe. Les vendeurs

-
4. Selon J.-D. URBAIN (2002 : 146), l'inadaptation du code de perception à un nouvel environnement fonde précisément l'expérience du dépaysement et de la révélation.
 5. Un public comparable à celui décrit par C. CAUVIN VERNER (2007) dans le Sud marocain.
 6. Nous employons à dessein dans ce texte les termes « trekking », « trek » et « trekkeur » qui sont couramment employés par les touristes et les professionnels de ce type de tourisme. Ces termes renvoient à une expérience physique éprouvante, vécue collectivement, dans un environnement extrême.
 7. Les plus connus et les plus importants du point de vue du nombre de voyageurs pris en charge sont : Nomade Aventures, Explorer, Zig-Zag, Club Aventure, Point-Afrique voyages, La Balaguère, Désert, Terre d'aventure, Atalante, Traces, Chemins de Sable, Allibert, Visage, La Burle.
 8. Ces sociétés, qui prennent en charge les touristes à destination, sont appelées, dans le jargon du tourisme, « agences réceptives », ou plus communément « réceptifs ». Elles sont dirigées et gérées soit par des Mauritaniens, soit par des étrangers installés dans le pays, ici bien souvent des Français.

de chèches profitent de ce temps d'attente pour venir proposer aux uns et aux autres des turbans, dont ils vantent les vertus contre le vent et le soleil tout en les enroulant autour de la tête de Français médusés et en proie à la fatigue.

Ces turbans sont volontairement appelés « chèches » par ces vendeurs lorsqu'ils s'adressent aux touristes, car ils savent que c'est le nom⁹ couramment employé en français pour évoquer le turban de « l'Homme du désert », tandis que les Maures appellent le turban *hawli* dans leur dialecte arabe, le *hassâniyya*. Il est vendu aussi bien aux femmes qu'aux hommes alors qu'en Mauritanie, il n'est porté que par les hommes, les femmes s'enveloppant le corps dans une *melhafa*, voile léger et coloré de cinq mètres de long. Ce rituel d'« enchèchement » des touristes revêt une grande force symbolique, pour l'Occidental d'une part, qui voit dans le chèche l'attribut caractéristique du nomade saharien et dont l'adoption participe grandement au dépaysement du voyage¹⁰, pour les Maures, d'autre part, pour qui l'intégration de l'étranger passe avant tout par la transmission de la langue et des habitudes vestimentaires, deux éléments essentiels et immédiatement repérables de leur identité.

L'espace de l'aérogare n'est pas un espace anodin : il inaugure et clôt le voyage. Le visiteur en gardera un souvenir marquant. Cet espace apparaît à la fois, pour le touriste, comme une rupture avec son environnement socio-culturel habituel, et une mise en contact avec l'inconnu, le différent¹¹, l'ailleurs.

Le personnel mauritanien du circuit : origines et rôles

Le guide est le premier interlocuteur du groupe de touristes (dont le nombre varie entre huit et quinze) et le restera durant toute la durée de leur séjour. Les guides mauritaniens que nous avons côtoyés lors des quatre circuits auxquels nous avons participé, étaient francophones et avaient, pour un bon nombre d'entre eux, fait des études supérieures. Âgés en moyenne de 35 ans, ils ont passé leur enfance et leur jeunesse en milieu urbain et ont avoué avoir découvert dans leur métier, non seulement la culture française des touristes mais aussi celle des habitants du désert. Durant les trois premières années, les guides ont appris, dans l'urgence, le métier sur le terrain, parfois avec des formateurs français. Les générations suivantes ont été recrutées

9. Mot de l'arabe algérien qui est passé en français durant la période coloniale.

10. Rituel qui n'est pas sans rappeler celui du collier de fleurs par lequel on accueille les visiteurs dans le Pacifique, mais qui revêt néanmoins, nous semble-t-il, une force symbolique bien plus importante.

11. Même si certains touristes n'en sont pas à leur premier voyage en Mauritanie, on sait que le passage d'un milieu à un autre, même peu différent, suscite toujours un sentiment de décalage, d'étrangeté, de dépaysement.

sur la base de leur niveau d'étude et ont reçu une double formation, théorique (en français et en histoire notamment) et pratique (connaissance des itinéraires, logistique, cuisine, premiers soins, etc.).

Le cuisinier qui accompagne le guide dans les circuits est formé « sur le terrain ». Il doit rester discret — ce qui ne l'empêche pas de sympathiser avec des trekkeurs — et efficace, car la réussite du circuit dépendra beaucoup de sa ponctualité et de la qualité des repas qu'il préparera. La fonction de cuisinier précède bien souvent celle de guide et la plupart des cuisiniers n'aspirent qu'à accéder à ce statut, comme leur frère aîné ou leur cousin¹². La réussite du circuit repose grandement sur la bonne entente entre ces deux personnages-clés.

Les chameliers, au nombre de trois en général, n'apparaissent dans l'histoire du circuit que le matin du deuxième jour (lundi), au commencement de la « randonnée chamelière », au moment du chargement des bagages du « groupe » sur la dizaine de dromadaires mobilisés pour la randonnée. Durant le circuit, ils sont spécifiquement chargés du soin dispensé aux animaux, mais aussi du chargement et du transport des bagages, des personnes qui souhaitent monter, de l'approvisionnement en eau, de la collecte du bois mort, du feu, et enfin de la préparation du thé. Même si leur statut professionnel dans le secteur du tourisme est des moins valorisés, leur présence est absolument centrale dans la logistique du voyage. De fait, les chameliers sont bien souvent des éleveurs qui vivent encore avec leur famille dans le désert, même s'ils ne nomadisent plus guère — contrairement à d'autres régions du pays où le pastoralisme nomade est encore bien vivace.

Le circuit de « randonnée chamelière » suit un programme standard, fruit d'une collaboration entre le voyageur et son agence réceptive mauritanienne. Sur un séjour de huit jours, cinq sont consacrés à la marche dans le désert, soit entre 80 et 100 km à pied¹³, avec passage éventuel dans des villages ou près de campements. Le trek est très souvent inauguré et/ou achevé par la visite guidée d'une ville ancienne, Ouadane ou plus fréquemment Chinguetti, incluant la visite d'une bibliothèque familiale et de ses manuscrits anciens. Cette équipée, aux étapes programmées, rythmée par les nuits en bivouac et les repas partagés après des heures de marche, laisse paradoxalement une place importante à la surprise et à l'imprévu, qui participent grandement de l'« authenticité » de l'expérience aux yeux des participants.

12. Car bien souvent le guide recrute une personne de confiance pour travailler avec lui, issue de son cercle de parents ou d'amis.

13. L'expérience physique est vivement recherchée par les touristes, pour la plupart d'entre eux marqués par la représentation initiatique voire biblique du désert (ROUX 1996).

La méharée : reconstitution d'une « culture nomade » vivante

Le circuit dans le désert : un espace-temps hybride

La logistique du voyage a tout d'une expédition au long cours, telles que celles relatées par les explorateurs occidentaux du Sahara des XIX^e et XX^e siècles, dont les récits bercent l'imaginaire de certains touristes. Mais c'est une logistique hybride, composée à la fois d'objets habituels du déplacement chez les Maures, d'équipements et de vivres pensés par l'encadrement mauritanien comme nécessaires aux touristes et enfin des bagages de ces derniers. Le décor est planté et le rêve des touristes, nourri également par les images des catalogues des voyageurs, commence à se réaliser : « chameaux » et « nomades », dans leurs vêtements traditionnels d'éleveurs, sont devant eux et le désert est aux portes de l'auberge.

La marche du groupe dans le désert est ensuite une succession de prises de distances et de contacts entre individus. Les touristes marchent généralement en tête avec le guide, tandis que les chameliers se trouvent à l'arrière du convoi. Durant le premier jour de marche, les touristes maintiennent une certaine distance entre eux, puis ils sympathisent assez facilement durant les jours suivants, l'expérience physique vécue collectivement jouant un rôle évident de rapprochement des personnes. Au cours du voyage, les deux composantes du groupe — touristes d'une part et personnel mauritanien d'autre part — sont bien différenciées. Elles prennent deux repas distincts, dans deux espaces distincts, la priorité étant toujours donnée au groupe-touristes qui doit manger vers midi, « comme en France ». Seul le guide, responsable du circuit, fait des va-et-vient entre les deux emplacements.

Au cours des cinq ou six jours de trek, la vie du circuit s'organise ainsi autour des étapes de marche à pied ponctuées par la pause du midi et le bivouac, traversant des paysages de dunes, de plateaux rocailleux et de palmeraies. Pour les touristes, les temps forts du circuit sont les heures de marche dans le désert, conçues comme propices au recueillement et au bilan personnel. Pour les chameliers, au contraire, les moments les plus prisés sont ceux où ils se retrouvent autour du repas et du cérémonial du thé. Dans la société maure, le voyage est conçu comme dangereux car consistant en la traversée d'une étendue « vide », domaine privilégié des *djinnns* (appelés « gens du vide »). On est par conséquent en présence de deux conceptions culturelles du voyage dans le désert, presque diamétralement opposées. Finalement, la « randonnée chamelière » concrétise assez fidèlement la représentation qu'avaient les trekkeurs de la « méharée » tout en comportant une grande découverte : le fait que le désert soit habité.

Le guide-accompagnateur : passeur culturel ou équilibriste de l'entre-deux ?

Échanger verbalement avec le guide est *a priori* plus aisé qu'avec les chameliers, puisqu'il est « là pour ça » et qu'il parle la langue de ses clients. Le guide est tenu, durant le circuit, de transmettre à son groupe des informations sur sa culture, son histoire, sur la faune et la flore des zones traversées. Lors du passage dans une ville ancienne, il doit procurer un minimum d'informations sur celle-ci, sa vie sociale passée et présente. Non seulement il endosse le rôle de médiateur culturel, mais il a aussi un rôle de représentation : pour le groupe, il *est* le peuple mauritanien à lui tout seul. Finalement, l'échange possible avec le guide résout en partie le problème de l'échange quasi-impossible avec les « autochtones » rencontrés durant le circuit.

Ce dernier permet en outre, plus que le passage, la conversion momentanée d'une identité culturelle à une autre, même si cette conversion reste éphémère et s'effectue bien souvent sur un mode ludique. Par exemple, certains guides profitent du premier repas du dimanche midi, où chacun doit se présenter succinctement, pour débaptiser les touristes et pour leur donner un nom local : un tel se voit ainsi appeler Mokhtar, un autre Mohammed, une telle Aminatou, une autre ^cAysha. Cette conversion a pour contrepartie celle du cuisinier et des trois chameliers qui se voient affublés de prénoms français ! Cette pratique consistant à donner un nom local à l'étranger est courante dans la société maure et vise à favoriser son assimilation dans la culture locale¹⁴.

L'effort de conversion¹⁵ de la part du guide est perceptible également dans le discours qu'il tient aux touristes. Convertir signifie en quelque sorte pour le guide présenter aux touristes sa culture (dont il a lui-même une certaine représentation) en des termes et surtout des concepts compréhensibles par eux, tel un interprète qui doit choisir, dans la langue de l'auditeur, le bon mot pour exprimer une idée. Cet effort de conversion exige de connaître la psychologie et la culture des touristes, ce qui est souvent le cas des guides qui, pour beaucoup, ont déjà effectué plusieurs séjours en France à l'invitation de touristes (Boulay 2006) et qui, surtout, côtoient environ 150 clients français pendant six mois chaque année. Finalement, dans l'acte de conversion, le guide élude ce qui peut, à son sens, poser des problèmes de « réception » (culturelle) par le touriste et au contraire met en avant ce qui sera compréhensible, voire plaira au touriste.

14. Cette pratique peut également s'inscrire dans une stratégie de séduction de la part des guides vers les touristes (CAUVIN VERNER dans ce numéro) et se retrouve fréquemment lors d'observations des interactions entre guides et touristes, notamment en Afrique de l'Ouest.

15. Même si le terme « conversion » renvoie d'abord au fait de « passer d'une croyance considérée comme fausse à la vérité présumée », il renvoie aussi et surtout au fait de « changer une chose en une autre » (REY & REY-DEBOVE 1991).

Durant les premières années, les guides et le personnel des agences réceptives ont dû procéder à des ajustements de leurs représentations et pratiques du désert et du voyage avec celles des visiteurs, comme l'illustrent les propos du responsable d'une des agences réceptives les plus importantes :

« [...] dans les premières années, les chameliers et les guides ne comprenaient pas les goûts des touristes. Par exemple, ils installaient les bivouacs dans les oueds, près des arbres, plutôt que dans les zones de dunes prisées et demandées par les touristes. J'ai eu beaucoup de mal à les convaincre qu'il fallait répondre aux attentes des touristes qui recherchent avant tout le désert. Et puis, petit à petit, ces quelques familles se sont adaptées, comprenant que cette activité pouvait être source de revenus »¹⁶.

Le guide apparaît ainsi comme un équilibriste se maintenant, non sans une certaine adresse, entre une occultation de certains éléments de sa culture et une (sur)valorisation d'autres, tentant d'inscrire son discours dans le cadre des représentations qu'ont les touristes des « nomades » et du désert, tout en tâchant de faire évoluer leur conception. Les touristes, outre leur intérêt pour le désert, sont en effet fascinés par l'image du nomade chamelier, fier et résistant, que la littérature et l'iconographie occidentales sur le Sahara véhiculent. Pour cette raison, communiquer et échanger avec des « nomades » sera pour eux un objectif important de leur voyage. Les chameliers incarneront leur représentation du nomade et de sa culture. Cette incarnation agira avec d'autant plus de force que, lors du circuit, la vie nomade dans le désert sera en quelque sorte reconstituée sous leurs yeux.

La pratique assidue de l'islam par le personnel accompagnant mauritanien est également un canal important de représentation et de transmission de la « culture locale » aux touristes, d'autant que beaucoup d'entre eux viennent au désert dans une sorte de démarche mystique (Urbain 2002). Le guide, les chameliers et le cuisinier profitent des pauses du groupe pour faire leurs cinq prières quotidiennes. La simplicité de l'acte surprend toujours les étrangers ainsi que le fait que la prière puisse se faire presque n'importe où, y compris au milieu d'un groupe de personnes occupées à tout autre chose.

« Quand ils voient que nous prions, ils nous respectent énormément, se tiennent à l'écart, tout le monde se tait, s'il y a des enfants, ils leur disent d'attendre la fin de la prière pour venir nous voir ! Alors que chez nous, pendant la prière la vie continue et les enfants peuvent jouer à côté de nous s'ils le souhaitent. Il arrive même que certains touristes nous rappellent à l'ordre sur l'heure de la prière : alors que nous n'avons pas vraiment d'heure fixe pour prier. Les touristes sont toujours surpris de notre ferveur »¹⁷.

Ces prières viennent rythmer la vie du circuit et, pour ces touristes qui n'ont pour la plupart jamais vécu au contact de musulmans pratiquants,

16. Entretien fait à Nouakchott, 21 septembre 2005.

17. Entretien avec un guide de la SOMASERT, le 29 avril 2006, Atar.

participent pleinement du dépaysement du voyage. Aux yeux des visiteurs, la pratique religieuse des accompagnateurs mauritaniens apparaît comme un pan d'une culture contemporaine vivante, une pratique qui participe à l'authenticité du voyage et à son esthétique. Par ailleurs, alors que les guides s'efforcent durant le circuit de ne pas aborder les questions religieuses de peur qu'elles ne suscitent des débats houleux entre les trekkers, ils évoquent souvent la curiosité des touristes vis-à-vis de l'islam et surtout de ses implications dans la vie sociale et matérielle : l'alcool, la polygamie et les rapports hommes-femmes, le jeûne.

La rencontre avec les « nomades » a-t-elle finalement lieu ?

Les chameliers étant tenus de garder une certaine distance avec le groupe, les échanges avec eux seront d'abord de l'ordre de l'observation discrète : les touristes observent la façon dont les chameliers harnachent les bêtes, préparent le thé ou guident le convoi ; les chameliers commencent à disséquer la composition du groupe et essaient de comprendre les relations existant entre ses membres. Voir des femmes arpenter le désert sans objectif autre que la distraction, en pantalon, avec un turban, « comme des hommes », est toujours pour eux une curiosité. Dans leur société, les femmes ne s'aventurent pas hors du monde quotidien de l'habitation (jadis la tente, aujourd'hui le plus souvent, la maison) sans raison.

Rapidement, de premiers contacts s'opèrent. Ce sont toujours les touristes qui font le premier pas. Certains d'entre eux souhaitent monter sur le dos d'une des montures du convoi prévues à cet effet. Des mots sont échangés, les chameliers connaissant quelques mots de français, les touristes leur demandant le nom de certaines choses en arabe. Bien sûr le guide peut faciliter la communication, notamment lorsque le touriste souhaite poser une question précise (sur l'âge d'une bête, sur la quantité d'eau qu'elle peut ingurgiter, le nombre de jours qu'elle peut passer sans être abreuvée, etc.). Mais l'essentiel de la communication interculturelle passe par des mots, des signes, des attitudes.

Souvent, quelques touristes souhaitent participer aux tâches dont les chameliers sont chargés : certains les aident à harnacher les bêtes, d'autres à allumer et attiser le feu du bivouac, d'autres enfin à préparer, avec le cuisinier cette fois, la pâte à base de farine et d'eau servant à préparer la galette, que l'on fera rôtir dans le sable sous la braise. Derrière ces initiatives, il y a une réelle volonté de se départir de l'image du touriste consommateur passif, pour aller vers celle d'un touriste « frère », « solidaire », qui se met au même niveau que ses hôtes. Ces contacts se traduisent souvent par une « fraternisation » qui contribuera grandement, aux yeux des touristes, à la réussite de leur voyage. Celle-ci sera souvent attestée par le don, à la fin du circuit, d'un objet de la part du chamelier avec qui cette fraternisation

aura opéré : son bâton d'orientation, sa pince à échardes... Cet objet « authentique » scellera, pour le touriste, le lien effectivement noué avec la figure tant convoitée du « nomade », et donc la réussite de son voyage. Ce don provoquera quasi-systématiquement le contre-don d'un objet de la part du touriste : couteau suisse, lampe frontale, *tee-shirt*, dans le meilleur des cas chaussures de randonnée ou sac de couchage. Pour le chamelier, cet objet revêtira une valeur utilitaire et marchande réelle, sans pour autant annuler la trace de la relation d'amitié établie¹⁸.

Cette découverte de la culture locale durant le circuit s'opère également à l'occasion des soirées en bivouac. Celles-ci sont animées et préparées par le guide. Lors de ces veillées, c'est une culture orale populaire et vivante qui est présentée au « groupe » : ces veillées sont consacrées au jeu des devinettes, à la poésie ou au conte, au chant et à la danse. Lors d'un circuit auquel nous avons participé, les touristes avaient pris part à des jeux d'adresse traditionnels avec les chameliers. Bien évidemment, l'environnement de ces veillées, sous un ciel étoilé, près du feu de camp, au milieu des dunes, donnait aux yeux des touristes une efficacité supplémentaire à la transmission de ces « échantillons » de la culture locale. Les touristes ne restaient pas des acteurs passifs ; certains proposaient à leur tour des jeux collectifs ou des contes.

Au moment de la pause du midi ou du bivouac, des femmes, habitant un campement voisin, viennent s'installer autour des nattes du groupe pour vendre de l'artisanat qu'elles présentent comme « traditionnel » et de fabrication « locale » (bijoux, calebasses, pinces à échardes, tabatières, vanneries, pieds de palanquin, pointes de flèches néolithiques, etc.). Ces femmes ont parfaitement assimilé les itinéraires des groupes, connaissent très bien le nom des différents guides, leurs région et tribu d'origine, ainsi que le nom de l'agence réceptive et du voyageur pour lesquels ils travaillent. Elles savent très bien faire la différence entre des touristes « Allibert » et des touristes « Terre d'Aventure », qui n'auront pas le même comportement ni le même pouvoir d'achat, et dont les guides n'agiront pas avec elles de la même manière. Elles connaissent leurs goûts, quelques mots de leur langue, leurs faiblesses aussi. Elles savent que leurs habitudes de négoce ne sont pas les mêmes que les leurs. Elles ont forgé, au fil des années, leur propre représentation du « touriste », se résumant à celle d'un *naçrâni*¹⁹, venu découvrir leur pays et leur culture, et prêt à dépenser quelques milliers d'*ouguiyas* pour de menus objets d'artisanat local.

18. Comme l'a montré J.-P. WARNIER (1999 : 125), les objets sont plus et surtout autre chose que des mots, ils sont un « espace autonome de production de sens ».

19. Terme apparaissant dans le Coran pour désigner les Chrétiens, et que les Maures emploient plus généralement pour désigner les Occidentaux. Il a le sens implicite de non musulman, mais marque également l'appartenance à l'une des trois religions révélées, synonyme d'une certaine proximité religieuse et culturelle avec l'islam, qui confère donc à l'étranger un statut bien plus valorisé que celui d'athée ou de polythéiste.

Généralement, ces vendeuses ambulantes s'approvisionnent auprès de grossistes du marché d'Atar, voire de Nouakchott. Bien souvent, elles doivent délaissier momentanément le domicile familial pour leur commerce et sont les seules personnes locales, outre les chameliers, avec lesquelles les *Nçâra* (pl. de *naçrâni*) peuvent échanger. À travers leur rencontre, les touristes découvrent un statut local de la femme musulmane très éloigné de ce qu'ils avaient pu imaginer. Ces commerçantes venues des campements ou villages alentours féminisent leur représentation des « nomades » et du « désert ».

Les objets d'artisanat acquis auront la valeur d'échantillons de culture locale prélevés et constitueront des traces gardées²⁰ d'une culture nomade « vivante » et « authentique ». Les carnets de bord, la photographie (plus courante que la vidéo numérique), sont également des moyens privilégiés par les trekkers pour s'appropriier et mettre en mémoire les découvertes glanées lors du voyage, ainsi que les « événements » qui ponctuent son déroulement.

Mise en scène d'une « culture savante » : l'exemple de Chinguetti

Construction d'un patrimoine culturel bon à visiter

Parallèlement à cet effort de reconstitution de la « culture nomade » pour des touristes il est vrai avant tout attirés par le désert et ses habitants, certains sites sont aménagés spécifiquement pour la visite. Pour comprendre comment cette conversion s'est opérée, nous prendrons l'exemple de la petite cité de Chinguetti, modelée par les promoteurs de la culture et du tourisme en « patrimoine culturel » d'intérêt touristique. Il semble en effet que les démarches des instances de qualification du patrimoine culturel rejoignent celles des promoteurs du tourisme en Mauritanie : elles visent à fabriquer un « patrimoine »²¹ prioritairement utile pour le développement économique de la région par le tourisme.

20. Voir à ce sujet l'article de A. ZISMAN (2004) sur le statut conféré par les ex-trekkers aux objets rapportés du Sahara mauritanien.

21. Une notion qui a fait son apparition en Mauritanie dans le courant des années 1980 et 1990 surtout, notamment avec la création en 1993 de la Fondation nationale des villes anciennes (FNSVA), puis le classement des quatre cités historiques sur la liste du Patrimoine mondial de l'Unesco (1996) et le colloque inaugural du Projet de sauvegarde et de valorisation du patrimoine culturel mauritanien (PSVPCM) en 1999, financé par la Banque Mondiale. Ce soudain « engouement » patrimonial s'inscrivait dans une démarche très claire de valorisation d'une culture « arabe » conçue comme la seule légitime par le pouvoir militaire en place en Mauritanie de 1985 à 2005. Voir, au sujet de la construction politique du patrimoine culturel et de la mémoire nationale en Mauritanie, A. W. O. CHEIKH (à paraître).

Le classement de Chinguetti au Patrimoine mondial de l'Unesco a été obtenu en 1996, l'année même du lancement du tourisme en Adrar. Certes, cette démarche avait été initiée quelques années auparavant²², mais le fait que cet événement coïncide avec l'arrivée des premiers charters sur l'Adrar semble refléter la collusion entre les logiques des opérateurs de la patrimonialisation et celles des agents de la mise en tourisme de la région. Cette liste est le label par excellence d'une culture globale consensuelle, émis par une institution des Nations Unies spécialement mandatée pour qualifier « les plus dignes traces du passé » (Fabre 2000b : 205) pouvant entrer dans cet héritage mondial. L'Unesco a joué un rôle moteur dans la mise en patrimoine de la cité de Chinguetti, même si cette intervention était souvent très mal adaptée au contexte local :

« Il y a eu deux projets Unesco relatifs à la sauvegarde des manuscrits de Chinguetti. Le premier a été financé par le Japon. Il s'agissait de restaurer une maison de la vieille ville achetée par l'Unesco pour abriter les livres de l'ensemble des bibliothèques. Ce projet a été mené sans aucune concertation avec les propriétaires de bibliothèques et les habitants. La maison achetée était bien trop petite pour recueillir des collections d'ouvrages anciens et surtout elle était inondable en cas de forte pluie. Le jour de l'inauguration officielle de cette maison, en présence du Président de la Fondation nationale de Sauvegarde des villes anciennes, il a plu et tout le monde s'est aperçu qu'il y avait un problème avec cette maison. Le projet a ensuite été abandonné.

Le second projet a consisté à construire une maison sur un autre terrain de la vieille ville. Celle-ci est aujourd'hui achevée. Mais comment voulez-vous faire entrer plusieurs milliers d'ouvrages dans des pièces aussi exigües. C'est bien trop petit. Et puis les livres bénéficient dans nos bibliothèques familiales d'une climatisation naturelle alors que la climatisation artificielle de la maison Unesco posera des problèmes en cas de panne de courant ou autre. Finalement il a été décidé que cette maison servirait plus de bureau d'accueil des visiteurs, avec l'exposition de quelques ouvrages de valeur. L'autre problème est que ce projet a été monté en priorité avec une famille, et ne reçoit pas l'accord de tous les détenteurs de bibliothèques familiales. Le chef de cette famille avait également passé un accord de "gérance éternelle" de cette maison avec la Fondation et l'Unesco, alors que nous demandions une gérance collégiale et tournante. Finalement, quelques propriétaires de bibliothèques se sont retirés du projet. Cette famille avait, qui plus est, déjà bénéficié de nombreuses aides [...] »²³.

Aujourd'hui, de nombreuses institutions et ONG de développement intervenant au sein de la commune de Chinguetti, séduites par la rapidité apparente de la greffe de ce secteur touristique sur l'économie locale (Boulay

22. Un appel à la sauvegarde des quatre villes anciennes de Mauritanie (Chinguetti, Ouadane, Tichit et Oualata) avait été lancé du haut du minaret de Chinguetti en 1981 par Moctar M'Bow, alors directeur de l'Unesco, suivi d'un second lancé en 1988 par son successeur Federico Mayor, également depuis Chinguetti. En 1993, le ministère de la Culture et de l'Orientation islamique publiait un arrêté portant classification des quatre villes historiques, patrimoine national protégé (DEY 1999 : 61-62).

23. Entretien avec le gérant d'une bibliothèque de Chinguetti, 2 octobre 2005.

2006), reprennent à leur compte ce discours patrimonial dans la formulation de leurs projets et dans leur lecture de la ville, alimentant ainsi le processus en cours. Les projets de développement d'institutions internationales (Union européenne à Chinguetti de 2003 à 2006, Coopération espagnole à Ouadane de 2006 à 2008), sont également des « arènes » (Olivier de Sardan 2005) ou se confrontent et s'ajustent des représentations divergentes, émanant d'acteurs différents (agents de développement, fonctionnaires internationaux, décideurs mauritaniens, ONG locales), quant au choix des éléments de la culture locale qui doivent donner corps à cette notion exogène de « patrimoine culturel ». Ces projets constituent d'importants vecteurs de production d'un « patrimoine culturel » prêt à être consommé par les touristes. Depuis quelques années en effet, le tourisme dit « équitable », « durable » ou « culturel », est présenté comme un levier privilégié de développement et un outil de lutte contre la pauvreté par les institutions internationales (Unesco en tête)²⁴.

Ce discours promotionnel reprend en fait assez fidèlement celui des guides touristiques et des catalogues des voyagistes qui sont également des acteurs très importants de ce processus de mise en monument de la ville, passant largement par sa sanctuarisation²⁵. Chinguetti est en effet très souvent présentée comme la « Septième ville sainte de l'islam »²⁶. Cette forgerie récente, est non seulement méconnue des Mauritaniens et des habitants de Chinguetti eux-mêmes, mais également démentie par les intellectuels. Celle-ci participe du dispositif performatif exogène de patrimonialisation de la ville.

Parallèlement à l'engouement médiatique étranger dont la ville fait l'objet depuis les années 1980 et 1990 surtout, Chinguetti, fondée vers le VII^e siècle de l'hégire (le XIII^e ap. J.-C.), occupe localement une place de tout premier plan dans la construction politique de la mémoire de la nation mauritanienne. La cité de Chinguetti est toujours représentée par le minaret de sa mosquée, surmonté de cinq œufs d'autruche distinctifs. Ce bâtiment est devenu, par métonymie, le « monument » mis pour la ville de Chinguetti, mais aussi et surtout, par un processus de « logoisation » (Anderson 1991) largement encouragé par les militaires nationalistes arabes, l'emblème de l'héritage historique et culturel de la nation tout entière, dont le seul ciment incontesté entre ses différentes composantes sociolinguistiques demeure

24. *Le Sahara des Cultures et des Peuples. Vers une stratégie pour un développement durable du tourisme au Sahara dans une perspective de lutte contre la pauvreté*, 2003.

25. La notion de sanctuaire, qui renvoie à « un lieu protégé, fermé, secret, sacré » (REY & REY-DEBOVE 1991), me semble pertinente ici car très proche de celle de « monument » que D. FABRE (2000a : 27) a définie comme « la partie la plus précieuse d'un tout ». Elle sous-tend des idées d'exception, d'exclusion, de démarcation spatiale.

26. Entre autres qualificatifs : « ville mythique du désert », « ancienne cité caravanière », « capitale spirituelle de la Mauritanie », « oasis aux prises avec l'ensablement », « ville de départ des pèlerins ouest-africains pour La Mecque », etc.

l'islam. Néanmoins, le classement de l'Unesco reste inconnu de la grande majorité des Mauritanien²⁷.

Du côté mauritanien, on a une forme de patrimonialisation par sélection et emblématisation d'un édifice religieux, le petit minaret de la Mosquée de Chinguetti : dans ce cas, c'est le patrimoine religieux qui nourrit et signifie le patrimoine culturel de la nation tout entière. Alors que, du côté des acteurs étrangers, la patrimonialisation opère par la production d'un discours performatif sur la ville au prestigieux passé : le patrimoine religieux semble alors servir de simple support d'un patrimoine culturel prêt à être consommé par les touristes. Il s'agit donc là de deux constructions patrimoniales autonomes, mais qui peuvent s'alimenter : l'une, « locale », représente la religion de toute une nation, ciment de la société, l'autre, « globale », met plutôt en avant l'aspect civilisationnel de l'islam, à travers ses bibliothèques notamment, et est destinée à un public étranger et non musulman.

Un patrimoine culturel contre-nature ?

La visite de la ville de Chinguetti est de courte durée : une heure environ²⁸. Le guide-accompagnateur commence toujours par une promenade de quelques minutes dans les rues de la vieille ville avec son groupe. Puis il s'arrête à proximité de l'enceinte de la mosquée historique, si possible sur une hauteur qui permet de découvrir le minaret et l'intérieur de cet espace, interdit aux non-musulmans. Une fois cette introduction faite, il mène son groupe dans l'une des bibliothèques²⁹ familiales de la ville, généralement sise à proximité de la mosquée.

Le conservateur des lieux, qui se présente comme un membre de la famille propriétaire, prononce d'abord un discours introductif sur Chinguetti et sur l'histoire de la collection. Puis il propose au groupe de pénétrer dans la pièce renfermant les précieux manuscrits. Les visiteurs s'installent en cercle autour de lui. Le conservateur parle à voix basse, dans ce minuscule espace, frais et sombre. L'ambiance est presque au recueillement. Il montre

27. Il faut dire que le patrimoine bâti en Mauritanie, et dans la culture maure en particulier, et le patrimoine tangible en général, ne sont pas valorisés, contrairement au patrimoine intangible et à la tradition orale, qui font l'objet de démarches spontanées et populaires de conservation (poésie, musique, conte) au sein de la société.

28. Ce laps de temps varie néanmoins selon que la visite de Chinguetti est placée en début ou en fin de circuit, selon également la période de fréquentation (hors ou pendant les vacances scolaires françaises), selon enfin le profil et les attentes des touristes évalués par le guide.

29. La ville en compte une quinzaine, mais seules trois ou quatre sont régulièrement visitées et organisées pour recevoir des groupes de visiteurs. La bibliothèque la plus visitée, celle des Ahl Habott, se trouve néanmoins dans un autre quartier mais est très bien située puisque donnant sur la place centrale de la vieille ville, près de la Maison du Livre et du Château d'eau, édifices remarquables de la cité.

délicatement à l'assistance quelques exemplaires de différents types d'ouvrages (Coran, Vie du Prophète, ouvrages de droit, de grammaire, etc.), certains anciens de plus de cinq siècles, leur explique le système de pagination employé, présente les techniques utilisées à l'époque pour la fabrication de ces ouvrages (type de papier utilisé, matières à encres et instruments d'écriture) et pour leur conservation. Pour mieux convaincre, le conservateur de la bibliothèque choisit des ouvrages représentatifs (les plus beaux, les plus vieux, ceux recelant une astuce technique...). Les photos sans flash sont autorisées. Se révèle alors aux touristes toute une culture religieuse savante, en relations avec le reste du monde arabo-musulman depuis des siècles. La bibliothèque devient bien le sanctuaire gardant les « trésors inestimables »³⁰ de la ville, à savoir ses manuscrits, et compense la visite interdite de la mosquée.

Ces bibliothèques sont fréquentées par presque tous les groupes de passage à Chinguetti, et ceci pour deux raisons essentielles. D'une part, les bibliothèques sont actuellement les seuls espaces « culturels » de la ville destinés à la visite³¹. D'autre part, ces lieux présentent une forte capacité à capter la curiosité de touristes issus de catégories sociales dans lesquelles l'écrit est valorisé et le livre conçu comme un objet prestigieux. En sortant de la bibliothèque, les visiteurs ne peuvent guère faire autrement que de tomber sur des vendeuses d'artisanat installées sous des tentes qui ceignent la mosquée historique. Le site ressemble, de fait, à un petit campement commercial en pleine ville. L'émotion ressentie par les visiteurs devant ces manuscrits peut donc rapidement laisser la place à un sentiment de tourisme commercial et de saturation.

Lors de la visite de la ville, un certain nombre de sujets et de lieux ne sont pas abordés. On circule autour du site religieux sans que jamais on ne puisse y pénétrer. Par ailleurs, les principales bibliothèques familiales se trouvent autour de la mosquée — ainsi que les tentes-boutiques des vendeuses d'artisanat — soulignant sa présence interdite. On regarde les manuscrits sans pouvoir les toucher. On est bien là dans l'une des définitions du sanctuaire : espace exclusif entourant quelque chose de sacré, de précieux. Les conservateurs de bibliothèques mauritaniens jouent un rôle ambigu dans la transmission de leur culture, sélectionnant des éléments au détriment d'autres : la religion n'est évoquée que de façon allusive et historique, on parle d'un islam savant, de savoirs « traditionnels », de cité historique, d'architecture, de bibliothèques, de manuscrits anciens, etc. Bref, lors des visites, les expressions matérielles, intellectuelles et historiques de l'islam à Chinguetti sont mises en avant, mais pas la pratique de la religion aujourd'hui. Comme si la production patrimoniale destinée à des étrangers devait nécessairement procéder d'une mise au passé de la culture et comme

30. Catalogue 2004/2005 du voyageur *La Balaguère*, p. 77.

31. Une Maison Théodore Monod (financement Union européenne) est en projet ainsi qu'une Maison des Manuscrits (financement Unesco).

si l'islam au présent n'était pas bon à montrer au regard de l'actualité internationale qui fait, il est vrai, en Occident, une large place au « terrorisme islamiste ».

La transmission de la culture, dans le cas d'un site comme Chinguetti, semble passer obligatoirement par la fabrication d'un « patrimoine » bien défini et balisé, labellisé par les instances internationales et prêt à l'usage de visiteurs étrangers. Elle contraint d'une part les Mauritaniens à mettre quelque chose derrière le concept emprunté de « culture »³², qui reste un concept très englobant. On assiste ainsi à une « essentialisation » de la culture (Maffi 2004), autour du manuscrit et de la bibliothèque par exemple, processus qui laisse souvent également le sentiment, chez le destinataire de cette mise en scène, d'un manque (la mosquée historique interdite mais visible) ou d'un phénomène tronqué (le présent d'une pratique de l'islam). Ce manque ressenti lors de la visite de Chinguetti est largement accentué par l'aspect commercial de cette mise en scène et surtout par l'expérience inverse que vivent les touristes lors de la marche dans le désert³³. Cet effort de transmission conduit par ailleurs les Mauritaniens à matérialiser une culture essentiellement immatérielle (poésie, histoire orale, chants des griots, chants de louange, etc.), pour des étrangers habitués à une version très matérielle du patrimoine culturel³⁴. Il exige enfin une professionnalisation d'un des membres de la famille dans ce nouveau « métier » :

« Dans le passé, celui qui s'occupait des manuscrits familiaux était souvent le plus âgé et/ou le plus érudit de la famille. Il était choisi par l'ensemble de la famille élargie. Aujourd'hui, de nouveaux critères se sont ajoutés, voire ont remplacé les anciens : il faut que cet homme connaisse au moins une ou deux langues de plus que l'arabe, dont le français parfaitement puisque l'essentiel des touristes sont francophones, et qu'il ait de bonnes dispositions à communiquer avec les visiteurs et à donner des explications claires. Hier, c'était le commerce caravanier qui nous faisait connaître dans tout le monde arabe, aujourd'hui c'est le tourisme qui fait parler de Chinguetti partout dans le monde. Mon frère est un jour tombé sur une interview de moi dans une émission d'une chaîne de télévision allemande. Il a été surpris d'une part de me voir à la télévision, d'autre part de m'entendre parler allemand ! En fait, j'étais doublé. J'ai vu aussi un jour ma photo dans un guide touristique »³⁵.

Ce dispositif fait passer ces bibliothèques et ces ouvrages religieux, normalement et encore parfois destinés à l'étude, aux statuts respectifs de

32. Ils ont recours au terme *thaqâfa*, emprunté à l'arabe littéraire, pour trouver un équivalent au terme français culture.

33. Quand la visite de Chinguetti est placée en début de trek, on visite rapidement la ville car les touristes sont impatients de découvrir le désert, objet véritable de leur séjour. Quand la visite de Chinguetti est placée en fin de trek, la ville est l'objectif symbolique et géographique de la marche mais l'empreinte physique et mentale de cette dernière amoindrit largement l'intérêt et l'enthousiasme pour la visite de la ville.

34. Voir également dans ce numéro l'article de Marco AIME sur Tombouctou.

35. Entretien avec un gérant d'une bibliothèque de Chinguetti, 2 octobre 2005.

musée et d'objets de mémoire voire de « beaux objets ». Normalement fréquentés par les membres des familles propriétaires, ces lieux deviennent soudain accessibles à des étrangers non musulmans, qui ne sont pas en situation d'étude, ni en demande d'instruction religieuse ou juridique, mais de visite, de découverte et de loisir.

Nouvelles relations sociales générées et ajustements sociaux

La mise en tourisme de la culture en Adrar mauritanien repose donc sur des dispositifs de transmission, que ce soit dans le cadre de la « randonnée chamelière » dans le désert ou dans celui de la visite d'une « ville ancienne » classée. Ces dispositifs mobilisent et produisent des relations entre individus qui, sans la naissance de cette activité, ne seraient probablement jamais entrés en contacts les uns avec les autres. L'implantation d'une économie touristique dans une région comme l'Adrar se traduit également par le développement de stratégies d'instrumentalisation du patrimoine culturel à des fins économiques et/ou politiques, qui donnent lieu à un certain nombre d'ajustements sociaux.

Partenariats « translocaux »

Ces dispositifs de visite ont été mis en place dans le cadre de collaborations étroites entre voyagistes français et agences de voyage mauritaniennes dans la seconde moitié des années 1990. Il s'agissait alors de concevoir dans l'urgence³⁶ des « produits » à même de répondre à la fois aux exigences de l'État, qui, dans sa déclaration de politique générale de 1994, prônait notamment la mise en place d'un « tourisme saharien, culturel, [...], écologique et méditatif », non aliénant et respectueux des valeurs islamiques³⁷, et à l'engouement occidental pour de nouvelles formes de tourisme, « d'aventure » ou « solidaire ». Dans ce cadre, la société française Point-Afrique, qui affréta les premiers avions charters sur l'Adrar en 1996, et son partenaire mauritanien, la SOMARSET (filiale de la société nationale d'Industrie minière-SNIM qui exploite le minerai de fer dans la région de Zouérate)³⁸, jouèrent

36. Contrairement au tourisme de trekking dans le désert marocain, qui s'implante dans le cadre d'une économie touristique nationale développée depuis plusieurs décennies et de dispositifs de visite déjà très élaborés et variés (CAUVIN VERNER 2007 : 88), le trekking dans le désert mauritanien est la première véritable offre touristique organisée d'un pays pour ainsi dire dépourvu de tradition touristique.

37. Engagement qui sera confirmé dans la loi 96.023 du 7 juillet 1996 organisant l'activité touristique (PANAROTTO 2003).

38. Ce partenariat s'inscrivait dans la continuité des liens historiques unissant la société française MIFERMA, qui devint SNIM en 1974 suite à sa nationalisation, et la région de l'Adrar, qui fournit, rappelons-le, dans les années 1960 et 1970, une grande partie du personnel de cette société (BONTE 2001).

un rôle moteur non seulement dans l'identification des sites d'intérêt touristique et des premiers itinéraires de trekking, mais surtout dans la formation des premiers guides-accompagnateurs. Malgré l'effondrement des activités trekking de la SOMARSET depuis 2005, les guides qu'elle a formés jouent aujourd'hui un rôle-clé à l'interface entre attentes et stratégies des voyagistes français et agences réceptives locales.

Leur expérience (du terrain, des touristes, des populations fréquentées sur les circuits) en fait des personnages absolument indispensables aux voyagistes. Ces derniers, basés en France, savent en effet que la réussite de ce type de tourisme, axé sur la découverte d'une culture locale « vraie » et sur la « chaleur de l'hospitalité nomade », repose en grande partie sur les épaules du guide. Raison pour laquelle certaines sociétés représentées³⁹ en Mauritanie font presque chaque année venir « leurs » guides en France pour renforcer leur formation, concevoir avec eux de nouveaux produits et faire la promotion de leur pays auprès de clients potentiels, à l'occasion par exemple d'une manifestation comme « Eldorando », premier festival international de « randonnée » organisé par La Balaguère dans les Pyrénées françaises en 2005, puis dans l'Aude en 2007⁴⁰.

Parallèlement à ces échanges professionnels naissent des partenariats sur la base de relations nées durant le circuit entre les guides et certains touristes, désireux d'aller plus loin que la simple relation guide-client, et de se départir ainsi de leur image de « touristes ». En effet, durant le circuit, des amitiés se nouent, se prolongeant ensuite par des échanges d'adresses, de courriers électroniques ou d'appels téléphoniques réguliers entre le guide et certains de ses anciens clients. Des associations sont mises sur pied et donnent lieu à des micro-projets de solidarité entre des localités de l'Adrar et des communes ou écoles françaises : construction de salles de classe, fourniture de motopompes, envoi de matériel médical pour un dispensaire ou de matériel pédagogique pour une école, résultat direct de cette idéologie du « tourisme solidaire » portée par bon nombre des touristes visitant l'Adrar. Chaque année, les guides partent en France rendre visite à leurs amis disséminés dans tout l'hexagone. Quelques-uns ont monté une petite troupe de conteurs et se produisent dans des écoles ou dans des centres culturels, à l'occasion de réunions dédiées à la découverte de la Mauritanie ou du Sahara. Cette circulation des guides répond en quelque sorte aux séjours effectués par les touristes français en Adrar, entretient le réseau de contacts, constitue un mode de diffusion privilégié de la « culture » mauritanienne, et est mis à profit pour le montage de projets « culturels » ou « humanitaires ».

39. Les voyagistes français n'accordent pas la même importance et les mêmes moyens à la fidélisation de leurs guides. Cette fidélisation passe par l'organisation de séjours de formation en France ou par l'octroi de primes ou de petites aides familiales aux guides.

40. Il était question, avant l'assassinat de quatre touristes français en Mauritanie le 24 décembre 2007, de « délocaliser » l'édition 2009 d'« Eldorando » en Mauritanie. Au sujet du festival de 2005, voir BOULAY (2006).

Chaque guide constitue ainsi, au fil de sa carrière, un carnet d'adresses qu'il peut ainsi activer à tout moment, selon le projet qu'il souhaite mettre en œuvre (Boulay 2006).

Une fois ce réseau constitué, il arrive souvent que le guide crée sa propre agence réceptive et organise des circuits « à la carte » pour ses anciens clients, présentés comme des « amis », et pour les amis de ses amis. Ainsi, assiste-t-on depuis quelques années à une multiplication d'agences, bien souvent matérialisées par une simple carte de visite et une adresse Internet ! Néanmoins, seules quelques-unes d'entre elles parviennent à survivre dans un secteur extrêmement concurrentiel. Celui-ci est contrôlé par moins d'une dizaine d'agences réceptives de poids, qui sont parfois contraintes de vendre des prestations à perte pour conserver leurs partenaires du Nord.

« Ce que je n'acceptais pas c'était le diktat de certains tour-opérateurs avec nous. J'étais toujours très ferme avec eux, contrairement à [mon directeur]. À la fin, je n'étais plus sur la même longueur d'ondes avec [lui], qui acceptait souvent l'inacceptable, notamment de travailler à perte et d'accepter des petits arrangements informels. Le colonialisme c'est fini depuis longtemps, et il n'y avait aucune raison d'accepter les décisions des tour-opérateurs, jusqu'au choix des guides avec lesquels ils souhaitaient faire partir leurs groupes de touristes. Alors qu'en principe nous devions être les seuls à décider du choix des guides à faire travailler. Les TO ont facilement tendance à diviser les prestataires locaux entre eux, pour mieux contrôler la situation du tourisme en Adrar, "diviser pour mieux régner" en quelque sorte. D'une saison à l'autre ils n'ont aucun scrupule à mettre en concurrence leur réceptif avec un autre pour faire pression sur les prix par exemple. Ce rapport des sociétés françaises à l'"indigène" me déplaisait profondément »⁴¹.

Derrière les discours de tourisme « solidaire » ou « durable » des voyageurs français, on assiste donc, depuis quelques années, à une forte détérioration de cette économie, à la fois sous la pression et les décisions des voyageurs qui cassent sans cesse les prix d'une destination commençant à s'essouffler, après avoir bénéficié de l'effet de nouveauté des premières années, et face à la démission de l'État⁴² dans son rôle de régulation et d'organisation du secteur.

Plus que de partenariats transnationaux, il nous semble pertinent ici de parler de partenariats « translocaux », puisqu'on est en présence de liens entre le local « ici » et le local « ailleurs » (Appadurai 2005). La majorité des voyageurs de randonnée proposant l'Adrar comme destination revendiquent en effet un ancrage dans un terroir particulier : les Alpes pour Allibert, les

41. Entretien avec un ancien cadre d'une importante agence réceptive locale, Nouakchott, 15 juin 2006.

42. L'État s'est longtemps appuyé sur la SOMASERT, filiale touristique de la société publique SNIM, qui contrôlait dans les premières années plus de 50 % du marché de l'organisation des circuits, pour organiser le secteur, homogénéiser les prestations et les prix des professionnels, au point que cette société était souvent accusée de concurrence déloyale par les agences réceptives privées.

Pyrénées pour La Balaguère, l'Ardèche pour plusieurs autres. Cette stratégie, à laquelle s'ajoute souvent la volonté affichée de promouvoir un tourisme « équitable », leur permet de se distinguer des agences « parisiennes » qui apparaissent d'emblée comme de grosses organisations à visées exclusivement commerciales. Par ailleurs, nous avons vu que les liens noués entre guides et touristes sont entretenus entre les lieux de vie respectifs du guide et du trekkeur.

Nous avons enfin observé des expériences de partenariats économiques locaux entre Français, qui investissent dans le secteur et que l'on retrouve à la tête d'agences réceptives ou de structures d'hébergement locales, et Mauritaniens. Ces stratégies d'alliance, parfois constituées sur la base de mariages mixtes entre une Française et un Mauritanien, sont souvent considérées comme la clé de la réussite dans le secteur. Elles répondent au besoin qu'ont les Mauritaniens de mieux connaître la culture et les attentes des touristes français. Sans cette connaissance en effet, les produits proposés n'ont que peu de chances de satisfaire la demande des touristes. De même, les investisseurs étrangers peuvent difficilement, au moins durant les premières années, se passer d'un collaborateur mauritanien pour réussir à se faire une place dans l'économie locale.

Réseaux locaux, solidarités, compétitions

Le réseau professionnel du tourisme en Adrar semble *a priori* plaqué hermétiquement sur la société adraroise. N'y entre pas n'importe qui, n'importe quand. Faire partie du réseau, c'est travailler pour l'une des agences réceptives de la place, comme guide, comme cuisinier, secondairement comme chauffeur ou chamelier. Un grand nombre de personnes travaillant dans ces agences ne sont pas originaires de l'Adrar. Généralement, on entre dans une agence par recommandation et on commence par le bas de l'échelle. Par exemple, chez le réceptif du voyageur Allibert, le personnel est d'abord recruté comme aide-cuisinier, puis, devient cuisinier après quelques mois ou années, et plus tard guide si une place se libère. À la SOMARSET, les cas de promotion d'un cuisinier au poste de guide sont plus rares. Il existe une hiérarchie des métiers qui est difficile à gravir et l'accès au statut de guide, conçu comme lucratif et stratégique car pourvoyeur de relations avec l'Europe, est délicat. Intégrer le réseau du tourisme en Adrar c'est y jouer un rôle, ne serait-ce que modique, acquérir une place et un statut connus et reconnus par les autres membres du réseau.

Autour du réseau de personnels d'agences, on trouve une sorte de réseau périphérique constitué par les gérants d'auberges, les vendeurs de cartes postales, les vendeurs d'artisanat, les conservateurs de bibliothèques et de petits musées locaux. Ce réseau se situe aux franges du réseau principal et est complètement dépendant de lui. Il apparaît en effet que ceux qui sont au cœur du réseau touristique sont les personnels travaillant au contact direct

des touristes, à savoir les guides, les cuisiniers et les chameliers. Cette proximité avec la « ressource » leur confère une certaine importance dans le système touristique. Ces éléments du réseau, les guides en particulier, sont caractérisés par une grande mobilité d'une agence à une autre, qui s'opère au gré des opportunités et de la santé des agences. Beaucoup de guides formés jadis par la SOMARSET travaillent par exemple aujourd'hui pour d'autres réceptifs, se connaissent et bien souvent entretiennent des liens d'amitié. Chaque dimanche, jour d'arrivée et de départ des touristes, ils se retrouvent sur l'esplanade d'accueil de l'aéroport, qui devient un espace de rencontre et d'échanges très important, parfois de disputes générées par les rivalités et la compétition qui existent entre les différentes agences réceptives de la place. Chacun sait parfaitement qui travaille pour qui, depuis combien de temps, qui est originaire de l'Adrar ou ne l'est pas, etc.

Les responsables des agences réceptives les plus importantes sont connus de tous mais restent en arrière-plan, aux commandes de l'organisation des circuits. Ils sont moins d'une dizaine et sont devenus des personnalités locales influentes. Leurs noms circulent beaucoup dans la petite ville d'Atar. Autour d'eux gravitent guides, cuisiniers et petites mains du tourisme. Ces figures deviennent les principaux points nodaux du réseau : entrer dans le réseau consiste à se placer sous la protection de l'une d'elles. Se dessinent ainsi des groupes éponymes qui s'appuient bien souvent sur les liens de parenté existant entre les différents membres du personnel. Les guides ont parfois pour cuisinier un frère plus jeune, un neveu ou un cousin. Ils peuvent également avoir la même origine géographique et tribale.

Une compétition naît entre ces groupes constitués. Chacun représente et est appuyé par le(s) partenaire(s) étranger(s) pour le(s)quel(s) il travaille. Mais, en même temps, chacun est susceptible de perdre ce(s) partenaire(s) au profit d'une autre agence, ou inversement de gagner la faveur d'un voyageur au détriment d'une autre agence de la place. Certains voyageurs n'ont en effet aucune difficulté à se libérer d'un prestataire local pour recruter son concurrent direct, pour une simple question de réduction des coûts de prestation ou suite à une mésentente. Ce sont eux qui, de toutes façons, sont souverains sur la constitution ou la dissolution de ces partenariats. Les réceptifs n'ont pas de marge de négociation.

Le patrimoine culturel comme ressource et comme instrument

Depuis 1996, les Adrarais ont appris à connaître les dispositifs de visite mis en place, les professionnels du secteur, les itinéraires des groupes, les comportements des Européens lors des visites et des marches dans le désert. Cette connaissance acquise au fil des années leur a permis de s'impliquer dans un secteur qui, dès le départ, était promis à un certain succès mais qui était complètement nouveau. Travailler au contact des touristes, dans une région entretenant pourtant depuis le début du XX^e siècle des relations

très fortes avec la France, était très mal vu par la population lors des premières années de développement de ce secteur. Encore aujourd'hui, l'afflux saisonnier de ces visiteurs est perçu de manière très ambivalente par les populations fréquentées : d'un côté, le tourisme est apprécié pour la nouvelle ressource économique qu'il constitue, de l'autre, le fait que ces visiteurs ne soient pas musulmans suscite souvent, notamment chez les habitants des espaces ruraux traversés, des commentaires d'incompréhension face à « ces gens qui ne prient pas comme nous ». Ce type de tourisme instaure un contact entre les habitants de ces zones et les touristes beaucoup plus direct que celui qui existait avec les coopérants et militaires français présents à Atar, voire avec les administrateurs coloniaux avant 1960.

Progressivement, quelques individus ont essayé de s'impliquer dans la « valorisation » de leur « patrimoine culturel », avec généralement pour objectif essentiel de glaner quelques ressources économiques. L'Adrar étant une région extrêmement riche en vestiges archéologiques, on assiste par exemple depuis plusieurs années à une multiplication de petits musées locaux, sis dans les villes anciennes (on en compte plusieurs à Ouadane) ou près de villages nés récemment dans le désert. Ce fait révèle un réajustement d'attitude des familles bédouines vis-à-vis des objets archéologiques qu'ils vendaient ou donnaient aux touristes il y a encore quelques années, et qu'ils présentent aujourd'hui aux étrangers moyennant un droit d'entrée modique, dans de petites huttes situées près des itinéraires des circuits. Les éleveurs maures, qui collectent les objets archéologiques le long de leurs parcours pastoraux, accordaient jadis peu d'importance aux objets « anciens » qu'ils attribuent volontiers à une population disparue (les Bafour, en Adrar et au Tagant). Ce changement d'attitude a révélé l'intégration par les nomades de la valeur mémorielle de ces objets, et surtout la prise de conscience du fait que l'histoire locale est un motif d'attraction des étrangers, synonyme de fréquentation et donc de génération de revenus économiques. Ces objets historiques sont ainsi passés, aux yeux des habitants du désert, du statut de vestiges inutiles et sans valeur (avant le tourisme) à celui de biens marchands (dans les premiers temps du tourisme) et deviennent maintenant des attractions capables de générer une économie de la visite. Cette dernière a d'ailleurs eu un effet direct sur le repeuplement des localités les plus fréquentées :

« De nombreuses familles originaires de cette cité, mais qui étaient parties depuis plusieurs années voire plusieurs décennies à Nouakchott ou Nouadhibou, sont en train de revenir y habiter ou restaurent la maison familiale pour la louer à un aubergiste ou à un projet financé par des Occidentaux (Union européenne, Coopération espagnole ou autre), ou encore placent leurs économies dans des terrains dont les prix ne cessent, actuellement, d'augmenter »⁴³.

43. Un instituteur de Chinguetti, natif de cette ville, 30 septembre 2005.

Néanmoins, depuis 2004, le produit « désert mauritanien » montre des signes d'essoufflement, que les professionnels locaux imputent généralement à une absence de renouvellement du produit, d'organisation du secteur, de professionnalisation des métiers. Ainsi un ancien guide insiste sur l'effort que doivent fournir les Mauritaniens, les communes fréquentées par les touristes, les investisseurs privés, l'État, afin d'être plus dynamiques et de se renouveler en permanence, dans un secteur qui évolue très vite :

« Concernant la stagnation actuelle du volume de touristes, il y a diverses causes à mon avis. Tout d'abord, il faut que les opérateurs réinjectent une partie de leurs gains dans des infrastructures et des investissements, sinon nous n'évoluerons jamais et ne proposerons jamais rien de nouveau aux touristes. Il faut aussi qu'une ville comme Atar améliore son apparence : propreté des rues, plantations d'arbres ou de palmiers dans les rues, etc. Il n'y a pas assez de publicité faite pour le pays : on ne peut plus se satisfaire du simple bouche à oreille. Il faut que l'Office national du Tourisme et la direction du tourisme ainsi que la Fédération soient plus dynamiques dans ce sens [...]. À Chinguetti, depuis le commencement du tourisme, rien n'a vraiment changé. Certaines rues ont été désensablées par un programme [de l'Union européenne], les vendeuses ambulantes d'artisanat sont toujours les mêmes et courent toujours après les touristes, malgré les consignes que nous leur donnons. La ville n'est pas mieux apprêtée pour le tourisme qu'il y a dix ans. On visite toujours les mêmes lieux, on y voit toujours les mêmes choses. Il faut évoluer un peu, sinon les touristes ne reviennent pas »⁴⁴.

Le « patrimoine culturel » n'est pas seulement vu comme une source potentielle de revenus. Il peut être aussi, surtout lorsqu'il détient le précieux label d'une institution comme l'Unesco, un nouveau « lieu » d'expression de compétitions politiques et l'instrument de contestation de pouvoirs locaux. L'installation en 2005 d'un pylône de télécommunications en plein cœur de la ville ancienne de Ouadane, classée sur la liste du Patrimoine mondial en 1996, a ainsi été l'occasion saisie par les habitants « historiques » de cette ville pour dénoncer l'« ignorance » du maire en place à l'époque et de son clan. Elle a été l'occasion choisie par les Idaw el-Hâj de Ouadane — tribu religieuse revendiquant la fondation de la ville, un statut d'élite cultivée et de gardienne de la mémoire de Ouadane —, pour dénoncer également l'emprise politique sur leur ville de bédouins récemment sédentarisés, les Amgarîj, qualifiés d'illettrés, de statut social inférieur, n'accordant aucune place au « patrimoine culturel » et à l'histoire⁴⁵. L'érection du pylône de télécommunications était ainsi présentée par les Idaw el-Hâj comme la preuve de cette ignorance et comme un acte qui allait faire fuir les touristes

44. Entretien fait à Nouakchott, le 15 juin 2006.

45. Cette conception de la culture, structurée autour d'une opposition entre le monde bédouin, considéré comme fruste et sauvage, et le monde citadin, vu comme civilisé et raffiné, est omniprésente dans la société maure et dans le monde arabo-berbère en général. On retrouve cette opposition entre *'umrân al-badawî* et *'umrân al-hadarî* dans la vision khaldunienne de l'histoire et de la société (CHEIKH 2006 : 139).

et pénaliser lourdement la jeune et encore fragile économie touristique de Ouadane. Aujourd'hui, les discours des touristes visitant la ville de Ouadane ont confirmé cette crainte, mais les facilités apportées par le téléphone sans fil semblent avoir rapidement fait oublier cet « événement ». Néanmoins, le « patrimoine culturel » reste une arme privilégiée par l'opposition municipale pour reprendre la ville des mains des Amgarīj, considérés comme des usurpateurs.

Même si ces contestations n'ont pas permis aux Idaw el-Hâj, alliés à d'autres tribus moins nombreuses, de reconquérir la ville lors des dernières élections municipales de 2006 et de destituer le maire sortant, elles constituent pour notre propos un exemple parfait de l'assimilation puis de l'instrumentalisation de ces discours patrimoniaux exogènes, par un groupe d'individus porteur de revendications politiques et économiques. Le projet de création d'une aire protégée dans la région de Ouadane, projet conçu et porté depuis plusieurs années par un ressortissant des Idaw el-Hâj de Ouadane, qui est également représentant en Mauritanie d'une puissante ONG internationale de conservation de la nature, semble également s'inscrire dans le même type de démarche.

*

On assiste en Adrar à la construction d'une « culture locale » autour de deux catégories bien distinctes voire opposées : une culture « nomade » populaire et authentique d'un côté, version proposée aux touristes durant leur voyage dans le désert et au cours de leurs rencontres avec les Adrarais, une culture « savante » de l'autre, mise en scène lors de la visite de villes anciennes comme Chinguetti et Ouadane. Cette construction s'opère au sein de cette nouvelle arène que constitue le fait touristique et est le fruit de rencontres et d'ajustements entre les représentations occidentales du Sahara, d'une part, et des conceptions locales de la culture, d'autre part, que le tourisme pousse à essentialiser autour de quelques éléments emblématiques.

Ces représentations et pratiques sont la résultante d'échanges et de partenariats qui restent fragiles et reposent sur des réseaux d'acteurs nécessitant des conditions favorables pour se déployer. L'attentat contre des voyageurs français dans le sud du pays, perpétré le 24 décembre 2007 par des Mauritaniens revendiquant une appartenance à des mouvances fondamentalistes, suivi de l'annulation très médiatisée du rallye automobile Paris-Dakar, ont porté un coup sévère à ce tourisme prônant la rencontre directe avec la population locale et le dialogue des cultures. Le pays, jusque-là épargné par ce type d'événement, est en train de connaître un sort comparable à celui connu par ses voisins malien et algérien. Et le nouveau coup d'État militaire survenu le 6 août 2008 ne va sans doute qu'accentuer cette tendance.

Dans ce contexte, on est en droit de s'interroger sur l'avenir de la position attribuée à la « Septième ville sainte de l'islam » par les voyageurs

français et les professionnels mauritaniens du tourisme dans les stratégies de promotion de la destination en France et dans le dispositif de visite de l'Adrar. De même, il sera intéressant de suivre l'évolution des discours des guides locaux sur leur culture, des représentations produites par les trekkers européens sur la destination et des comportements des populations visitées vis-à-vis de ces petits groupes de touristes « solidaires ».

UR 200 « *Patrimoines locaux et stratégies* », IRD/Muséum national d'Histoire naturelle.

BIBLIOGRAPHIE

ANDERSON, B.

1991 *Imagined Communities : Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*, London-New York, Verso.

APPADURAI, A.

2005 *Après le colonialisme. Les conséquences culturelles de la globalisation*, Paris, Payot (« Petite bibliothèque Payot, 560 »).

BONTE, P.

1998 *L'émirat de l'Adrar. Histoire et anthropologie d'une société tribale saharienne*, Thèse de doctorat, Paris, EHESS.

2001 *La montagne de fer. La SNIM (Mauritanie) : une entreprise minière saharienne à l'heure de la mondialisation*, Paris, Karthala.

2008 *L'émirat de l'Adrar mauritanien. Harîm, compétition et protection dans une société tribale saharienne*, Paris, Karthala.

BOULAY, S.

2006 « Le tourisme de désert en Adrar mauritanien : réseaux "translocaux", économie solidaire et changements sociaux », in A. DOQUET & S. LE MENESTREL (dir.), *Tourisme culturel, réseaux et recompositions sociales, Autrepart, Revue des Sciences Sociales au Sud*, 40 : 67-83.

CAUVIN VERNER, C.

2007 *Au désert. Une anthropologie du tourisme dans le Sud marocain*, Paris, L'Harmattan.

CHEIKH, A. W. O.

2006 « Nouakchott, capitale nomade ? », in MUSÉE NATIONAL DE NOUAKCHOTT & CCF ANTOINE DE SAINT-EXUPÉRY DE NOUAKCHOTT (dir.), *Nouakchott, capitale de la Mauritanie, 50 ans de défi : exposition « Nouakchott 1958-2006 » du 13 février au 5 mars 2006*, Saint-Maur-des-Fossés, Sépia : 139-148.

À paraître « Património, memória, Estado : nota sobre o património mauritano e os seus usos », in M. CARDEIRA DA SILVA (dir.), *Castelos a Bombordo*, Lisboa, Livros Horizonte.

DEY, S. A. O.

- 1999 « Bilan critique des efforts entrepris pour la sauvegarde de la ville de Chinguetti », in *Actes du 1^{er} Colloque international sur le patrimoine culturel mauritanien*, « *Projet de sauvegarde et de valorisation du patrimoine culturel mauritanien* » : 60-67.

FABRE, D.

- 2000a « L'ethnologie devant le monument historique », in D. FABRE (dir.), *Domestiquer l'histoire. Ethnologie des monuments historiques*, Paris, Éditions de la Maison des sciences de l'Homme : 1-29.
- 2000b « Ancienneté, altérité, autochtonie », in D. FABRE (dir.), *op. cit.* : 195-208.

MAFFI, I.

- 2004 *Pratiques du patrimoine et politiques de la mémoire en Jordanie. Entre histoire dynastique et récits communautaires*, Lausanne, Éditions Payot (« Anthropologie-Terrains »).

OLIVIER DE SARDAN, J.-P.

- 2005 [1995] *Anthropologie et développement. Essai en socio-anthropologie du changement social*, Paris, Karthala ; Marseille, APAD.

PANAROTTO, S.

- 2003 *Projet d'appui à la Commune de Chinguetti, Étude tourisme et communication*, Rapport intermédiaire, Mission du 25 juillet au 23 août 2003, Nouakchott, Agriconsulting pour le ministère des Affaires économiques et du développement.

PICARD, M.

- 2001 « Bali : Vingt ans de recherches », *Anthropologie et sociétés, Tourisme et sociétés locales en Asie orientale*, 25 (2) : 109-127.

REY, A. & REY-DEBOVE, J. (dir.)

- 1991 *Le petit Robert, Dictionnaire de la langue française*, Paris, Dictionnaires Le Robert.

ROUX, M.

- 1996 *Le désert de sable. Le Sahara dans l'imaginaire des Français (1900-1994)*, Paris, L'Harmattan.

UNESCO

- 2003 *Le Sahara des Cultures et des Peuples. Vers une stratégie pour un développement durable du tourisme au Sahara dans une perspective de lutte contre la pauvreté*, Paris.

URBAIN, J.-D.

- 2002 *L'idiot du voyage, Histoires de touristes*, Paris, Payot (« Petite bibliothèque Payot »).

WARNIER, J.-P.

- 1999 *Construire la culture matérielle. L'homme qui pensait avec ses doigts*, Paris, PUF.

ZISMAN, A.

2004 « Rappporter le désert à la maison. Quand le sable devient objet », in V. NAHOUM-GRAPPE & O. VINCENT (dir.), *Le goût des belles choses*, Paris, Éditions de la Maison des sciences de l'Homme : 165-173.

RÉSUMÉ

Le tourisme organisé a pris son essor dans la région de l'Adrar (Mauritanie) à partir de 1996. Les circuits commercialisés par leurs promoteurs français articulent « tourisme d'aventure », proposant des randonnées chamelières dans le désert, et « tourisme culturel », ciblant la découverte du patrimoine culturel local. La naissance du fait touristique en Adrar suppose des processus de fabrication et de mise en visite d'une « culture locale », mobilisant différents types d'acteurs et suscitant des ajustements de représentations et de pratiques. Ce sont ces processus à l'interface que ce texte se propose de décrire et d'analyser.

ABSTRACT

Nomad culture versus Erudite Culture. Birth and Vicissitudes of the Desert Tourism in the Adrar Region of Mauritania. — Starting in 1996, organised tourism has developed rapidly in the Adrar region of Mauritania. The package tours sold by French travel agents focus on "adventure tourism", with camel trips in the desert, or "cultural tourism" for discovering the local cultural heritage. The advent of tourism in Adrar implies the fabrication of a "local culture" for tourists to visit. This involves a variety of players and has required certain adjustments to be made to both representations and practices. This paper attempts to describe and analyse these interface processes.

Mots-clés/Keywords : Mauritanie, région de l'Adrar, Sahara, Chinguetti, désert, méharée, patrimoine, réseaux, tourisme, trekking/Mauritania, Adrar, Sahara, Chinguetti, desert, safari, patrimony, network, tourism, trekking.

