



HAL
open science

Montagnes à vivre, à voir et à préserver : dynamiques du tourisme et sites européens du patrimoine mondial (Laponia et Pyrénées-Mont Perdu)

Florence Revelin

► To cite this version:

Florence Revelin. Montagnes à vivre, à voir et à préserver : dynamiques du tourisme et sites européens du patrimoine mondial (Laponia et Pyrénées-Mont Perdu). *Anthropologie sociale et ethnologie*. Muséum National d'Histoire Naturelle, 2013. Français. NNT: . tel-02982521

HAL Id: tel-02982521

<https://hal.science/tel-02982521v1>

Submitted on 28 Oct 2020

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.

MUSÉUM NATIONAL



D'HISTOIRE NATURELLE

Ecole Doctorale Sciences de la Nature et de l'Homme – ED 227

Année 2013

N°attribué par la bibliothèque

□□□□□□□□□□□□

THESE
Pour obtenir le grade de
DOCTEUR DU MUSEUM NATIONAL D'HISTOIRE NATURELLE

Spécialité : Anthropologie de l'environnement

Présentée et soutenue publiquement par

Florence Revelin

Le 23 septembre 2013

Montagnes à vivre, à voir et à préserver :

Dynamiques du tourisme et sites européens du Patrimoine mondial

(Laponia et Pyrénées-Mont Perdu)

Sous la direction de : **Madame Marie Roué, Directrice de Recherche**

JURY :

Marie Roué	Directrice de Recherche, CNRS, Muséum national d'histoire naturelle, Paris (075)	Directrice de Thèse
Igor Babou	Professeur, Université de la Réunion, Saint-Denis (974)	Rapporteur
Yves Luginbühl	Directeur de Recherche, CNRS, LADYSS, Paris (075)	Rapporteur
Serge Bahuchet	Professeur, Muséum national d'histoire naturelle, Paris (075)	Examineur
Saskia Cousin	Maîtresse de Conférences, Université Paris I – Panthéon Sorbonne, Paris (075)	Examinatrice
Bernard Debarbieux	Professeur, Université de Genève (Suisse)	Examineur

REMERCIEMENTS

J'ai toujours eu plaisir à me souvenir des petites anecdotes qui font les grands tournants de la vie. Au printemps 2007, je terminais ma licence à l'Université de Dijon et décidais de m'orienter vers le Master en anthropologie de l'environnement du Muséum. Je me revois appréhender à composer le numéro de la personne à contacter pour les inscriptions, Madame Jeanne le Duchat d'Aubigny. Ce jour-là, j'ai bien fait de me faire violence : ce fut le début d'une grande aventure, dans laquelle s'inscrit cette thèse, et qui représente pour moi une période très intense de ma vie, émotionnellement, intellectuellement et humainement. Il me tient à cœur de débiter ce manuscrit en adressant ma reconnaissance à tous ceux qui y ont contribué.

Je tiens à remercier le Muséum national d'histoire naturelle, les membres de la commission d'attribution des contrats doctoraux de l'année 2009, l'UMR Eco-anthropologie et ethnobiologie et ma directrice de thèse, Marie Roué, pour avoir mis à ma disposition les moyens de réaliser cette thèse.

Marie Roué a d'abord dirigé mes travaux de Master I & II avant de diriger mon doctorat. Travailler à ses côtés m'a beaucoup appris et je souhaite lui adresser toute ma gratitude pour son accompagnement dans cette aventure intellectuelle. Je considère comme précieuse la chance d'avoir partagé son expérience de terrain chez les Samis et d'avoir bénéficié de sa confiance et de ses conseils au cours de cette entreprise.

J'adresse mes sincères remerciements aux spécialistes qui ont accepté d'évaluer mon travail. Merci à mes deux rapporteurs, Igor Babou et Yves Luginbühl, et à mes trois examinateurs, Serge Bahuchet, Saskia Cousin et Bernard Debarbieux de me faire bénéficier de leurs regards experts. Depuis plusieurs années, j'ai suivi le séminaire TRIP co-organisé par Saskia Cousin. Cet espace d'échange m'a offert une ouverture de grande valeur à l'étude anthropologique du tourisme. Je la remercie pour son accueil.

Je remercie très chaleureusement Jeanne, la dame du premier coup de fil - et du dernier coup de pouce - pour avoir été présente du début de mon Master jusqu'à la fin de ma thèse, autant pour partager les moments ensoleillés que pour me soutenir dans les houles tempétueuses. Je me souviens d'un après-midi sombre où elle m'a cité Mark Twain pour chasser des pensées anxieuses : « ils ne savaient pas que c'était impossible, alors ils l'ont fait », citation certainement la plus appropriée selon moi à l'expérience d'une thèse. Jeanne maîtrise naturellement l'art de la maïeutique et je lui dois beaucoup de la production de ce travail. Des heures passées à discuter des belles choses de la vie en riant, à celles consacrées à traquer la moindre virgule mal placée, les anglicismes laids, les erreurs de syntaxe et les incohérences de plan ou de Power Points, son soutien a été une grande source d'apprentissage et d'enrichissement, et toujours dans la bonne humeur. Je l'en remercie du fond du cœur. Je remercie aussi Bernard d'avoir toléré avec patience l'intrusion de mes manuscrits dans les soirées, les week-ends et les vacances en famille et même parfois dans le lit.

Un grand merci à Richard Dumez pour l'accompagnement et le soutien qu'il m'a offert tout au long de ma thèse et pour sa participation à mon comité de thèse. Richard souhaite s'associer à Jeanne

pour fonder le bien nommé cabinet « Le-Chat-du-Mèz - coaching et gestion du stress ». En tant que bonne cliente, je ne saurais que les encourager dans ce projet.

Les longs mois passés sur le terrain m'ont enseigné beaucoup, et notamment combien ce qui compte pour moi dans une grande aventure, c'est tout autant l'expérience unique que ceux avec qui je la partage. Merci à tous mes compagnons doctorants et docteurs et en particulier à Aline, Alix, Cindy, Anne, Vanessa, Jonathan, Hélène, Marine, Nicolas, Alan, Pierre, Victor, Samuel, Fanny, Aurélie, Marie, Pauline, Sarah, Sandrine, Noëlie, Elise, Carole, Emeric et Jean-Tristan. Et bien sûr, merci à la « cellule-psy » des doctorants pour les petits coups de pouce et l'ambiance sympathique du jeudi midi. Une mention spéciale à mes coloc's de bureau, Alix, Sandrine, Aurélie et Samuel ; j'ai eu la chance de partager avec vous bien plus que ce petit espace de travail « mysigt », que vous avez rendu à la fois convivial, stimulant et fort riche en échanges scientifiques et humains. Une autre mention toute particulière pour Aline, qui a été d'un soutien précieux en m'accueillant les derniers mois dans l'appartement le plus agréable de Paris, prenant soin de moi les dernières semaines comme une petite maman. Et enfin, une dernière mention spéciale pour mes relecteurs de l'extrême, présents contre vents et marées pour m'aider et pour m'encourager jusqu'au dernier carat : Alix, Aline, Vanessa, Cindy et Jonathan.

J'adresse toute ma gratitude à Serge Bahuchet pour son accueil dans le département et dans l'UMR, sa disponibilité et la grande qualité de ses conseils à tous égards. Je souhaite également remercier mes collègues de l'UMR Eco-anthropologie et ethnobiologie, à la fois l'équipe scientifique pour partager la richesse de leurs travaux, et particulièrement Vincent Battesti qui m'a fait bénéficier de ses conseils avisés dans le cadre de mon comité de thèse, et le personnel administratif, Florence, Farida et Taouès, qui mettent la meilleure volonté à faciliter les démarches pour les missions de terrain.

Sans terrains, cette thèse ne serait pas. Je suis profondément reconnaissante à tous ceux qui m'ont accueillie, en Suède et dans les Pyrénées, pour m'accompagner et m'aider dans ce projet, partager leur temps et leurs expériences et répondre à mes questions. En Suède, je souhaite particulièrement remercier la famille Junkka, qui, lors de ma toute première mission, m'a offert l'hospitalité un soir de tempête alors que je dormais sous ma tente, et m'a dès lors assurée de tout son soutien et de son amitié, m'ouvrant aussi de nombreuses portes sur le terrain. Je suis également redevable aux offices de tourisme de Gällivare et Jokkmokk qui ont accueilli très favorablement ma démarche de recherche et m'ont aidée à établir des contacts pour mes enquêtes de terrain. Dans les Pyrénées, terrain nouveau pour notre équipe, j'ai bénéficié d'une aide précieuse de la part de l'office de tourisme de Gavarnie-Gèdre et de son directeur, Lionel Mata, accompagnée d'un accueil chaleureux par les employées. Ils m'ont offert un espace de travail et ouvert de nombreuses portes pour mener à bien mes missions de terrain alors que les contraintes de temps et de logistique n'étaient pas forcément favorables. Je remercie également Olivier et Fabienne du Gypaète, qui au-delà de leur sympathie, m'ont aidée dans mes enquêtes, à la fois en étant eux-mêmes des informateurs précieux mais aussi en me facilitant l'accès à de nombreux interlocuteurs.

J'ai eu la chance de séjourner à deux reprises comme doctorante invitée au département de recherches en Tourisme de la Mittuniversitetet, à Östersund (en Suède), où j'ai bénéficié d'un accueil hors pair et d'un environnement de travail idéal pour m'immerger dans une approche interdisciplinaire du tourisme, m'initiant notamment à de nombreux travaux de géographie. Je remercie en particulier Robert Pettersson, membre de mon comité de thèse, qui m'a soutenue

durant ma thèse et a partagé avec moi son expérience du terrain, tout en m'offrant les meilleures conditions pour faire de ces séjours académiques en Suède une expérience très riche.

Je remercie la Société des Amis du Musée de l'Homme de m'avoir attribué le prix Leroi Gourhan pour mon travail. Cette reconnaissance représente pour moi un encouragement de grande valeur, d'autant plus précieux qu'il est intervenu durant la longue épreuve d'endurance que constitue la rédaction.

Enfin, *last but not least* comme le disent si justement les Anglais, je tiens à remercier le plus chaleureusement mes proches qui, durant toute l'aventure, m'ont rappelé qu'il existe une vie en dehors de la thèse, tout en étant d'un soutien inconditionnel pour m'aider à mener ce projet. Mathieu, qui a subi dans la plus grande patience ces années de distance tout en m'entourant de son soutien et de son amour quotidien. Ma famille, Papa, Maman, Benoit, Nicolas, Thomas et Vincent, et mes deux nièces Zoé et Ninon. Une pensée émue pour ma grand-mère à qui je n'ai pas eu le temps de dire au revoir pour avoir été sur le terrain lorsqu'elle nous a quittés. Et enfin mes amis de longue date, la clique du lycée, Juliette, Alicia, William, Nico, mais aussi Yannick, Marine, Audrey et Yoann, qui ont toujours su trouver les bons mots pour m'encourager.

Merci à tous !

NOTE AU LECTEUR

A PROPOS DES CITATIONS

- **Les langues utilisées pour les entretiens**

Les **entretiens**, formels et informels ont été réalisés en trois langues, selon les terrains : l'anglais, le français et le suédois.

En **Suède**, l'anglais a été majoritairement utilisé pour les enquêtes de terrain. Les Suédois ont en général une très bonne maîtrise de l'anglais comme seconde langue. Pour les Samis, l'anglais est souvent la troisième langue : ils parlent d'abord sami et suédois, puis anglais. J'ai appris le suédois dès 2009 afin de favoriser mon immersion sur le terrain. Me familiariser avec cette langue m'a permis de mieux comprendre les subtilités du terrain, d'affiner mes observations, d'accéder aux discours informels, d'interroger des Suédois ou des Samis non anglophones et de lire, au moins sommairement, le suédois (ce qui donne accès à la fois à la littérature grise et à certaines productions scientifiques en suédois).

J'ai interviewé la majorité des touristes en anglais, quelle que soit leur nationalité, sauf les francophones désireux de s'exprimer en français. Quelques touristes allemands ont été interrogés en suédois. Précisons ici qu'il existe une forte tradition de tourisme allemand en Suède, et certains touristes qui voyagent en Suède depuis des années maîtrisaient mieux le suédois que l'anglais ; il existe notamment en Allemagne des clubs pour apprendre le Suédois et qui organisent annuellement des voyages en Suède.

En **France**, le français a été la principale langue utilisée pour les enquêtes. Le terrain pyrénéen représente une part moins conséquente de ce travail de recherche que le terrain lapon. Cela explique mon choix de ne pas apprendre une langue supplémentaire, l'espagnol, malgré la proximité du terrain avec l'Espagne et l'affluence de touristes hispanophones sur le versant français des Pyrénées. Pour quelques entretiens cependant où la langue constituait une réelle barrière, j'ai sollicité l'aide d'un traducteur. L'anglais a également été utilisé pour interviewer les informateurs anglophones (principalement des touristes).

Les **transcriptions des entretiens** ont été réalisées dans les langues utilisées lors des enquêtes et j'ai choisi de conserver ces transcriptions d'origine (sans corriger les fautes – sauf si elles nuisent particulièrement à la compréhension) pour les extraits cités dans cette thèse. Pour le français, ce choix est évident. Pour l'anglais, privilégier les extraits originaux à leurs traductions permet de mieux restituer la richesse des données, même si cela complique par ailleurs la lecture du texte. Le suédois est systématiquement traduit vers le français et l'extrait d'origine est indiqué en note de bas de page.

L'anglais, en particulier, constitue une seconde langue pour mes interlocuteurs et pour moi-même, ce qui peut parfois être une limite à l'expression des idées ou au contenu du discours en comparaison à l'utilisation naturelle de la langue maternelle ; notamment lorsque qu'il s'agit de mobiliser un vocabulaire très spécifique, relatif par exemple à l'expression des émotions et des sentiments – dans certains cas d'ailleurs, le vocabulaire de la langue maternelle vient compléter le

propos pour préciser l'idée. Substituer ces extraits originaux par leur traduction française aurait donc risqué d'appauvrir les données.

- **Les informateurs**

Tout travail anthropologique pose inévitablement la question délicate de l'anonymisation ou non des extraits cités. Dans cette thèse, j'ai choisi de mentionner mes interlocuteurs par leur prénom (lorsque connu), suivi de l'initiale de leur nom. Dans ce cas, cela signifie que leur consentement m'a été donné d'associer leur nom à leur témoignage. Lorsque ce n'est pas le cas, je ne mentionne alors qu'une initiale.

- **Les extraits d'ouvrages**

Dans le souci d'harmoniser le texte, j'ai retenu pour les citations d'ouvrages la même logique que celle adoptée pour les extraits d'entretien. Les textes français sont cités en français, l'anglais en anglais, et le suédois est traduit vers le français, avec une mention en note de bas de page de la citation d'origine.

A PROPOS DES ILLUSTRATIONS

- **Les photographies**

La plupart des **photographies** sont celles de l'auteure. Par soucis d'anonymat, les photographies sélectionnées pour illustrer la thèse évitent volontairement de présenter des personnes reconnaissables aisément.

A PROPOS DE L'USAGE DU TERME « SAMI »

La neuvième édition du *Dictionnaire de l'Académie française* préconise d'utiliser l'orthographe qui suit : « **sami** », pour désigner le peuple sami (ou lapon). J'ai choisi de retenir cette orthographe pour l'usage du terme dans cette thèse. Selon ce dictionnaire, on utilise une majuscule pour les personnes : un Sami, une Samie, des Samis, des Samies. On n'utilise pas de majuscule aux adjectifs et au nom de la langue : « Les Samis vivent dans des tentes samies et parlent le sami ».

LISTE DES ACRONYMES, SIGLES & ABREVIATIONS

BLT	<i>Badjelanta Laponia Turism</i>
CAF	Club alpin français
GR 10	Chemin de Grande Randonnée (traversant les Pyrénées d'ouest en est)
HRP	Haute route pyrénéenne
ICOMOS	Conseil international des monuments et des sites
LKAB	<i>Luossuavaara Kirunavaara Aktiebolaget</i>
MPPM	Mont-Perdu-Patrimoine-mondial
OMT	Organisation mondiale du tourisme
STF	<i>Svenska Turistföreningen</i>
TCF	Touring club de France
TRIP	Tourisme, recherches, institutions, pratiques
UICN	Union international pour la conservation de la nature
UNESCO	Organisation de Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture.
WTO	<i>World Tourism Orgasition</i>

SOMMAIRE

Remerciements	III
Note au lecteur	VII
Liste des acronymes, sigles & abréviations	IX
Sommaire.....	XI
Introduction et contexte de l'étude	1
1. Tourisme et sites naturels et culturels du Patrimoine mondial	1
2. Une démarche qualitative et holistique ancrée dans l'anthropologie.....	17
3. Enquêtes ethnographiques : méthodes et corpus de données	24
4. Organisation de la thèse	43
PARTIE I. L'Invention du Tourisme et de ses Sites	45
Chapitre 1 Des origines occidentales du tourisme à sa critique sociale	47
1. Une pratique distinctive.....	47
2. Une construction sociale du regard du touriste.....	49
3. Une démocratisation massive	51
4. Vices et vertus.....	53
5. Des critiques sociales et scientifiques.....	61
Conclusion	65
Chapitre 2 Tourisme, nature et bons usages.....	67
1. Des impacts environnementaux du tourisme à la dialectique environnement - tourisme....	67
2. La nature comme dimension <i>sine qua non</i> – la conservation comme objectif.....	69
3. L'écotourisme : un archétype des formes alternatives de tourisme ?.....	73
4. Le tourisme de nature comme une catégorie englobante.....	81
Conclusion	83
PARTIE II. LE TOURISME REVELATEUR DU RAPPORT DEVELOPPEMENT-CONSERVATION ...	85
Chapitre 3 Genèse du tourisme dans les montagnes lapones suédoises et dans les Pyrénées	
françaises.....	87
1. L'histoire du tourisme comme témoin de la valeur du patrimoine	87
2. Des expéditions naturalistes à la contemplation des paysages	91
3. Le rôle des clubs montagnards et des sociétés savantes dans la diffusion des pratiques	
touristiques	111

4. Deux spécificités suédoises essentielles pour comprendre les traditions touristiques : le <i>friluftsliv</i> et l' <i>allemansträtt</i>	122
Conclusion	126
Chapitre 4 Le Pays Toy entre agro-pastoralisme, tourisme, hydroélectricité et conservation de la nature	129
1. Le pays Toy	129
2. Ouverture du Pays Toy et développement du tourisme	136
3. « Gavarnie, le nom » : histoire d'une mémoire collective	141
4. La communauté de communes Gavarnie-Gèdre , « la poule aux œufs d'or »	152
5. Conservation de la nature, protection des paysages et tourisme	158
Conclusion	169
Chapitre 5 Tourisme, conservation de la nature et extraction en terres samies	171
1. Les Samis éleveurs de rennes.....	171
2. L'industrialisation du nord de la Suède à partir du XIX ^e siècle : des activités extractives à la conservation de la nature.....	180
3. Les enjeux du développement du nord vus par les Samis	191
Conclusion	197
PARTIE III. LES ENJEUX TOURISTIQUES D'UNE LABELLISATION « SITE NATUREL ET CULTUREL DU PATRIMOINE MONDIAL »	199
Introduction	199
1. Deux sites mixtes du Patrimoine mondial de l'Unesco	199
2. Processus de candidature et conditions du classement	200
3. Critères retenus pour les deux sites étudiés	201
Chapitre 6 Pyrénées-Mont Perdu : des conflits paralysants	205
1. L'éloquence de la méfiance	205
2. Un projet né de la sensibilité paysagère d'intellectuels.....	207
3. Une inscription aux conditions tacites	215
4. Le conflit autour du festival de Gavarnie : vision intellectuelle <i>versus</i> réalités touristiques locales ?	222
5. Des visions équivoques du lien entre site du Patrimoine mondial et tourisme.....	236
Conclusion	239
Chapitre 7 Laponia - du paysage naturel suédois au paysage culturel sami, une labellisation combinant des visions opposées	241

1. Genèse d'un projet controversé	241
2. Cadre de vie ordinaire ou paysages remarquables à promouvoir?.....	245
3. Les évolutions récentes : replacer le paysage culturel sami au cœur de la gestion de Laponia 262	
Conclusion	275
Conclusion de la partie III	277
PARTIE IV. VIVRE DU TOURISME ET VIVRE AVEC LE TOURISME DANS DES SITES CLASSÉS 281	
Introduction.....	281
Chapitre 8 Se représenter le tourisme	285
1. De l'opportunisme à l'organisation du tourisme dans les villages pyrénéens	285
2. Du tourisme de nature dans les montagnes protégées de Laponia au tourisme culturel dans les villes : une organisation polarisée.....	296
Conclusion	305
Chapitre 9 Promouvoir et organiser le tourisme. Stratégies et pratiques dans le site Laponia..	307
1. Représenter une destination de tourisme : images, enjeux et stratégies de promotion	307
2. Accueillir les touristes dans la montagne : stratégies, pratiques et représentations contrastées.....	339
Conclusion	384
Chapitre 10 Combiner agro-pastoralisme et tourisme	387
1. Mobiliser la rencontre avec les touristes comme une arène ouverte sur le monde	387
2. Les dilemmes d'une économie secondaire pour les Samis	395
3. La pluriactivité au cœur de la vie montagnarde des Pyrénées	403
Conclusion	409
Conclusion Générale.....	413
Liste des Cartes	423
Liste des Photos	425
Liste des Figures.....	431
Liste des Tableaux.....	435
Bibliographie	437
Table des Matières	450

INTRODUCTION ET CONTEXTE DE L'ÉTUDE

1. Tourisme et sites naturels et culturels du Patrimoine mondial

Juin 2008. Le sol est encore gorgé d'eau après le dégel et les pluies du printemps mais je trouve un endroit confortable, tapissé d'arbustes nains typiques de la toundra, pour installer ma tente. C'est la première fois que je me rends en Laponie, au nord de la Suède. Je viens d'arriver à Saltoluokta, une petite station touristique des montagnes laponnes. Je débute une recherche de terrain sur le thème du tourisme dans un site du Patrimoine mondial, classé sur la base de critères mixtes, c'est-à-dire naturels et culturels. Je suis alors étudiante en Master et ce premier terrain dans le site *Laponia* est relativement court (deux mois) et prospectif, pour contribuer au projet de recherche dirigé par Marie Roué, « Paysages culturels et naturels : changements et conservation », réalisé dans le cadre du programme « Paysages et développement durable » et financé par ministère de l'Ecologie, du développement durable et de l'énergie.



Photo 1. Station touristique de Saltoluokta en Laponie suédoise, le 26 juin 2008. Photo : F. Revelin.

L'objectif initial de ce travail est d'étudier les dynamiques combinées de la protection et de la valorisation de paysages naturels et culturels dans le cadre de leur mise en tourisme, en explorant notamment les différents usages et représentations des paysages par les acteurs qui les investissent. Je m'intéresse alors à la place du label « Patrimoine mondial » dans la réalité touristique du site : à quoi renvoient sur le terrain les valeurs portées par ce classement pour les différents usagers de ces paysages? Comment ce label est-il promu localement ?

Ma première mission de terrain aboutit au constat suivant : en 2008, douze ans après son classement¹, le site Laponia, en tant que Patrimoine mondial de l'Unesco, est très peu promu (dans l'enceinte du périmètre classé et à ses abords) et les touristes ignorent largement que ce statut est associé à leur destination. Mes enquêtes auprès des touristes montrent parallèlement que leurs motivations, leurs pratiques et leurs représentations de cette région reposent principalement sur la dimension naturelle des paysages, c'est-à-dire sur les qualités d'une nature perçue comme sauvage et associées à l'idée de *wilderness* (Revelin, 2009 ; Revelin & Roué, 2012). Une vision qui occulte la dimension culturelle valorisée dans la double reconnaissance par l'Unesco.

En enquêtant auprès des acteurs locaux du tourisme, je comprends par ailleurs que si ce classement est peu valorisé, laissant quasiment dans l'oubli son potentiel de publicisation d'un point de vue touristique, c'est en partie parce que des négociations difficiles se jouent alors autour de la gouvernance du site et de la légitimité des Samis - peuple autochtone vivant dans cette région septentrionale d'Europe - à participer à sa gestion. L'intérêt des Samis se situe à un niveau plus politique et le tourisme, en tant qu'usage de leurs terres ancestrales, coexistant avec leurs activités traditionnelles (l'élevage de rennes, la chasse, la cueillette et la pêche), n'apparaît pas, à ce moment-là, comme une question prioritaire dans les débats qui touchent à la future gestion du site – mais elle est néanmoins abordée. Pour d'autres interlocuteurs au contraire, et notamment pour les autorités suédoises, la question du tourisme est essentielle et l'évocation du Patrimoine mondial ressort en partie à travers l'idée d'un label positif pour le développement du tourisme, tel que cela est remarqué dans le cas de bien d'autres sites (Prud'homme, 2008). En effet, si la vocation initiale de la *Convention du patrimoine mondial* (1972) est avant tout liée à la sauvegarde du patrimoine reconnu pour sa « valeur universelle exceptionnelle » (Convention du patrimoine mondial de l'Unesco, 1972), le rapport entre site classé et tourisme est aujourd'hui largement admis.

Etudier ce *nexus* tourisme/Patrimoine mondial² fait l'objet d'un intérêt croissant au sein de la communauté scientifique (Gravari Barbas *et al.*, 2012, Di Giovine, 2008 ; Hall & Piggin, 2001). Plusieurs évolutions sont clairement identifiées comme responsables d'un tel rapprochement. Gravari Barbas *et al.* (2012 : 1-2) en retiennent quatre principales : d'abord le succès de la *Convention du patrimoine mondial*, convention internationale comptant parmi les plus ratifiées au monde, qui incite les Etats à produire de plus en plus de sites ; deuxièmement la fascination pour les sites du Patrimoine mondial comme une reconnaissance de haut rang, au-delà des patrimoines nationaux ou

¹ Le site Laponia est classé sur la Liste du Patrimoine mondial en 1996.

² Je nomme ici *nexus* l'ensemble des liens complexes qui relient les concepts de tourisme et de patrimoine mondial. L'idée de *nexus* fait autant référence à l'ensemble des connexions existantes qu'à la nature de ces connections (Davidov & Büscher, 2013).

locaux ; troisièmement la perception romantique de la finitude d'un monde qui disparaît ; et enfin, la croissance des mobilités internationales qui favorise le phénomène touristique valorisant la visite des hauts lieux, parmi lesquels ces auteurs soulignent que les « sites du Patrimoine mondial occupent sans doute des sommets » (*op.cit.*).

1.1. Etudier le rapport tourisme - Patrimoine mondial d'un point de vue local

Il n'est cependant pas évident d'aborder frontalement le rapport entre tourisme et sites du Patrimoine mondial, compte tenu de ses ambiguïtés et du caractère complexe des deux objets. Cependant, la labellisation Unesco crée des situations intéressantes à étudier et mes enquêtes prospectives dans le site *Laponia* (Revelin, 2009) m'ont amenée à poser la question suivante : comment les enjeux touristiques mettent-ils les acteurs locaux en mouvement autour de l'inscription de leur environnement comme un site du Patrimoine mondial ?

Cette labellisation de rang mondial crée un cadre dans lequel s'affirment les valeurs de certaines propriétés d'un environnement naturel et de pratiques anthropiques qui lui sont associées (pour les biens mixtes - naturels et culturels - comme c'est le cas de *Laponia*), faisant patrimoine au sens défini par les critères de la *Convention concernant la protection du patrimoine mondial, culturel et naturel* de 1972. Ce qui a retenu mon attention à l'issue de mon premier terrain est que l'on décide à la fois dans ce cadre de conserver un lieu pour sa valeur patrimoniale, et de le développer en bénéficiant de la mise en lumière obtenue grâce à ce classement de niveau mondial. Cette thèse s'attache à étudier de manière plus approfondie ces dynamiques. Comment cette force symbolique du label est-elle perçue, interprétée et mobilisée par les acteurs locaux face aux enjeux du développement de leur région et en particulier les enjeux liés au tourisme ?

Dans le cas de *Laponia*, la justification de l'inscription fournie par le Centre du patrimoine mondial en 1996 illustre le premier niveau que je viens d'évoquer, c'est-à-dire l'identification des valeurs patrimoniales d'un site, au sens des conceptions de l'Unesco reposant sur l'idée d'une « valeur universelle exceptionnelle » :

« Le Comité a considéré que le site possédait une valeur universelle exceptionnelle car il contient des exemples de processus géologiques, biologiques et écologiques en cours, une grande variété de phénomènes naturels d'une beauté exceptionnelle et une importante diversité biologique comprenant notamment une population d'ours bruns et une flore alpine. Il a été noté que le site remplissait toutes les conditions d'intégrité. Le site a été occupé de manière continue par la population samie depuis la préhistoire, et est l'un des derniers exemples, et incontestablement le plus vaste et le mieux préservé, de zone de transhumance faisant intervenir le pâturage de grands troupeaux de rennes, pratique jadis très répandue et remontant à un stade très ancien du développement économique et social de la société humaine. Le Comité a souligné l'importance de l'interaction entre l'homme et l'environnement naturel ». (La Liste du patrimoine Mondial, site officiel du Centre du patrimoine mondial, 2012)

Sans entrer ici dans le détail du long processus et des négociations qui ont abouti à ce classement, on remarque que sont mis en exergue la conservation d'un environnement naturel exceptionnel, reconnu pour ses valeurs écologiques et esthétiques, et l'héritage culturel de pratiques pastorales intrinsèquement liées à cet environnement, dont la continuité historique est attestée par des preuves archéologiques. Environ quinze ans après ce classement, il apparaît intéressant d'étudier le processus dynamique dans lequel s'inscrit cet événement : il s'agit de comprendre comment ce processus engage les sociétés locales à expliciter leurs positions, et même à identifier des portes paroles vis-à-vis des enjeux et des visions charriés par le classement, et plus particulièrement des enjeux de gestion du site devenu une entité en soi. Cette thèse aborde ces questions à travers le prisme du tourisme.

Pour étudier les rapports entre Patrimoine mondial et tourisme, certains auteurs focalisent leur analyse sur l'expérience touristique du Patrimoine mondial - les travaux de Michael Di Givione (2008) apportent de ce point de vue une contribution majeure. Je propose ici de me placer dans une approche plus endogène en m'intéressant de plus près aux expériences des sociétés locales et des acteurs impliqués dans la gestion d'un site, pour comprendre comment s'articule, de leurs points de vue et à travers leurs propres vécus, cette dialectique entre Patrimoine mondial et tourisme.

1.2. Une approche comparative : Laponia et Pyrénées-Mont Perdu

« On n'explique qu'en comparant ». (Durkheim, *Le Suicide*, 1897 : 1)

L'approche comparative présente l'intérêt de discerner avec plus d'acuité les singularités et les universaux émergeant de situations qui présentent *a priori* des caractères communs (Remaud *et al.*, 2012). C'est pourquoi cette thèse a opté pour la comparaison de deux sites.

Le comparatisme imprègne largement la posture de recherche en sciences sociales, particulièrement en anthropologie, et intervient diversement dans la démarche des chercheurs (Vigour, 2005 ; Verdalle (de) et al., 2012). Il est souvent envisagé comme une posture latente, que Jean Pierre Olivier de Sardan (2008) nomme « le comparatisme distrait », qui renvoie à l'idée de comparaisons routinières émanant d'un vaste fond d'érudition ou d'expériences propres à chaque chercheur, qui lui sert à penser la spécificité de ce qu'il étudie. Il s'agit également, résumant Olivier Remaud *et al.* (2012) de la « tâche réflexive » propre aux sciences humaines et sociales. Mais comparer peut aussi renvoyer à une posture plus volontaire, théorisée par Olivier de Sardan (2008) comme « le comparatisme raisonné », qui correspond à une démarche délibérée, préméditée et systématique. Ces deux niveaux font écho aux conclusions de l'ouvrage de Cécile Vigour sur *La comparaison dans les sciences sociales, pratiques et méthodes* (2005), soulignant que la comparaison peut être

envisagée d'une part comme une posture générale, c'est-à-dire une manière de regarder les objets des sciences humaines et sociales, et d'autre part comme une méthodologie qui va offrir des outils pour la production des données et leur analyse. Je me suis placée ici dans cette dernière perspective, en décidant, à l'aube de mon projet de thèse, de comparer deux sites possédant *a priori* certains traits communs et en envisageant leur comparaison comme un pivot de la politique du terrain. La réflexion que je propose de mener s'inscrit par conséquent dans le cadre d'un « comparatisme interne » (Olivier de Sardan, 2008), c'est-à-dire dans une démarche qui influence à la base le choix des observations, des entretiens et des cas, par opposition à l'idée de « comparatisme externe » (*ibid.*) où la mise en relation des différentes monographies se ferait *a posteriori*.

1.2.1. Un statut commun

Le choix des deux sites, *Laponia* et *Pyrénées Mont Perdu*, résulte d'une réflexion sur des unités de comparaison possédant un caractère commun marquant face aux questionnements de cette recherche : ils sont tous deux l'objet de dynamiques combinées de conservation et de valorisation de leur patrimoine naturel et culturel, et sont classés comme sites du Patrimoine mondial dans la même catégorie, celle des biens mixtes. Sur les 962 biens listés au total depuis l'entrée en vigueur de la *Convention du le patrimoine mondial* en 1975 consécutive à son adoption en 1972³, 745 le sont dans la catégorie des biens culturels, 188 dans celle des biens naturels, et seulement 29 sont des biens mixtes, renvoyant à une juxtaposition de lieux ou monuments à la fois culturels et naturels.

Nombres de biens inscrits sur la Liste du Patrimoine mondial de l'UNESCO en 2013		Total
Catégorie des biens mixtes	29	962
Catégorie des biens naturels	188	
Catégorie des biens culturels	745	

Tableau 1. Tableau récapitulatif des biens classés sur la Liste du patrimoine mondial en 2013.

La catégorie « biens mixtes » est le fruit de l'intégration progressive par le Centre du patrimoine mondial de l'Unesco des sensibilités patrimoniales des sociétés, et des évolutions des représentations de l'histoire universelle où l'idée de nature vierge s'estompe progressivement au profit d'une vision plus contrastée qui intègre davantage les relations nature-sociétés. Cette

³ Le nombre de biens listés correspond à l'année 2013. Chronologiquement, il faut noter que les toutes premières initiatives de préservation du Patrimoine mondial préexistent à la Convention de 1972. Le premier projet de sauvegarde de patrimoine en péril par l'Unesco remonte en effet aux années 1960 et concerne les temples d'Abou Simbel en Egypte, menacés par le grand projet de barrage hydroélectrique sur le Nil. La *Convention concernant la Protection du Patrimoine mondial naturel et culturel* est donc adoptée près d'une décennie plus tard, en 1972, et entre en vigueur en 1975 après que les vingt premiers Etats Parties l'aient ratifiée. Le Centre du Patrimoine mondial est son organe de gestion opérationnel et ses bureaux sont basés à Paris.

évolution aboutit d'ailleurs à la création de la catégorie de « paysages culturels » en 1992, pour désigner « les œuvres combinées de l'homme et de la nature [qui] expriment une longue et intime relation des peuples avec leur environnement» (site du Centre du patrimoine mondial, 2012). S'en différencie cependant la catégorie des biens mixtes, qui lui préexiste, en ce qu'elle définit des ensembles qui ne sont pas uniquement le fruit d'une co-évolution entre un substrat naturel et un groupe social, mais peuvent être des ensembles plus hétérogènes où une partie du territoire est reconnue pour ses caractéristiques culturelles tandis qu'une autre l'est pour ses caractéristiques naturelles. Laponia et Pyrénées-Mont Perdu relèvent donc tous deux de cette catégorie mixte, et Pyrénées-Mont Perdu présente les particularités d'appartenir également à la catégorie des paysages culturels et d'être un site transfrontalier entre la France et l'Espagne. Sa labellisation par l'Unesco réunifie les deux versants du massif - scindés par une frontière internationale - en asseyant la justification de la valeur universelle exceptionnelle du site sur leur complémentarité, tant d'un point de vue naturel que culturel :

« Ce paysage de montagne exceptionnel, qui rayonne des deux côtés des frontières nationales actuelles de France et d'Espagne, est centré sur le pic du Mont-Perdu, massif calcaire qui culmine à 3 352 m. Le site, d'une superficie totale de 30 639 ha, comprend deux des canyons les plus grands et les plus profonds d'Europe sur le versant sud, du côté espagnol, et trois cirques importants sur le versant nord, plus abrupt, du côté français – formes géologiques terrestres classiques. Ce site est également un paysage pastoral qui reflète un mode de vie agricole autrefois répandu dans les régions montagneuses d'Europe. Il est resté inchangé au XX^e siècle en ce seul endroit des Pyrénées, et présente des témoignages inestimables sur la société européenne d'autrefois à travers son paysage de villages, de fermes, de champs, de hauts pâturages et de routes de montagne ». (Description brève du site PMP, Centre du patrimoine mondial, 2012)

Cela dit, dans les deux cas, la dimension naturelle du patrimoine apparaît de manière plus évidente que la dimension culturelle, car elle est très largement mise en exergue, comme en témoignent les deux brochures touristiques ci-dessous - les seules diffusant l'information à propos de ces deux sites dans les structures d'accueil touristiques des deux terrains. Les images sélectionnées, comme on le voit sur la figure 1 ci-contre, sont des paysages naturels emblématiques. Pour le site Laponia, il s'agit de la vallée de *Rapa*, située dans le parc national de *Sarek*, l'un des Parcs nationaux que recouvre le site. Pour le site Pyrénées-Mont Perdu, sont figurés à gauche le canyon d'*Ordesa*, situé sur le versant espagnol du site (Parc national d'Ordesa et du Mont Perdu), et à droite, la cascade du cirque de Gavarnie (Parc national des Pyrénées, sur le versant français).

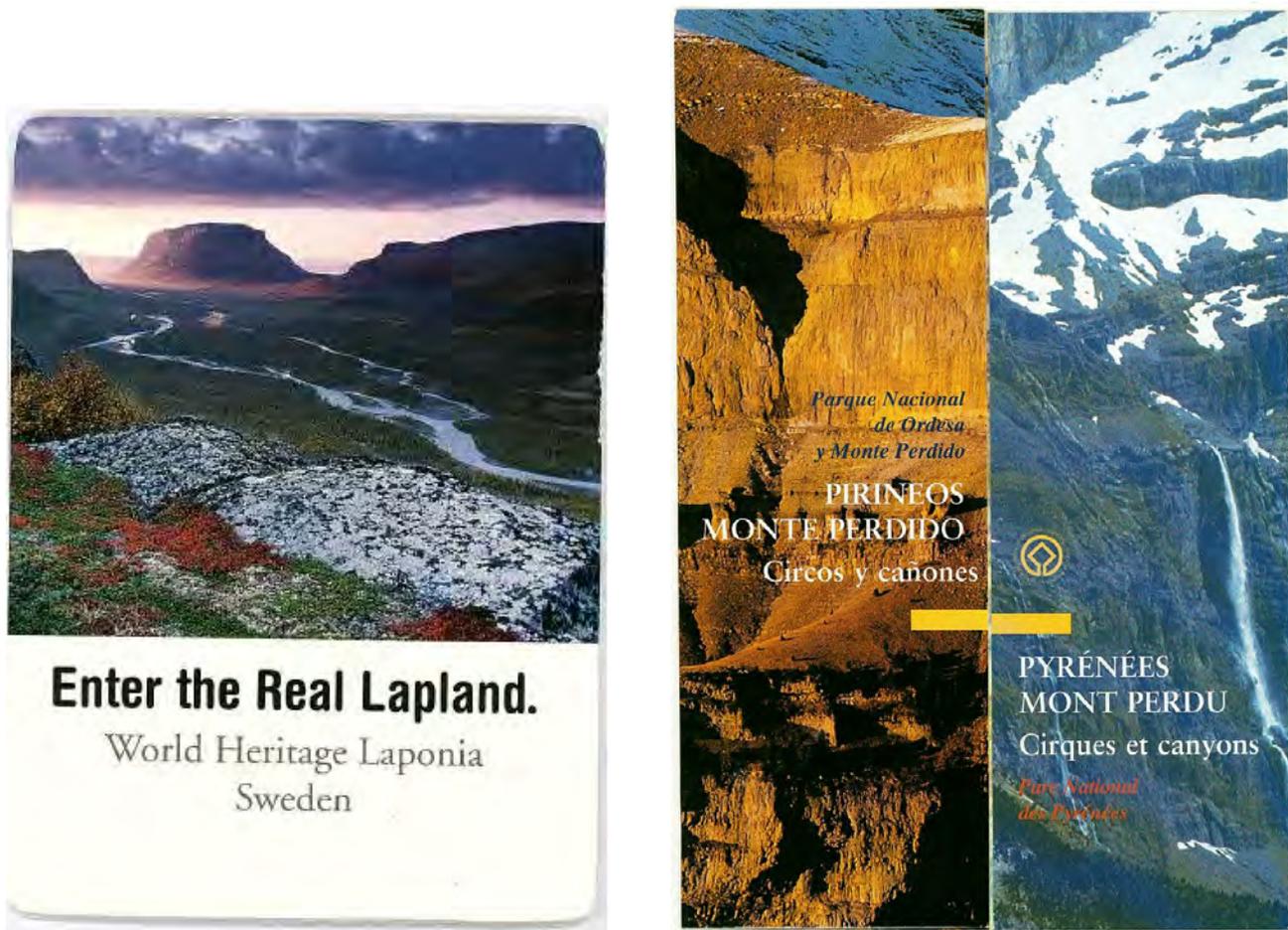


Figure 1. Les deux brochures touristiques donnant les informations de base sur les sites du Patrimoine mondial de Laponia (à gauche) et de Pyrénées Mont-Perdu (à droite), distribuées dans les offices de tourisme sur les deux sites et dans les « Maisons du Parc national des Pyrénées⁴ » pour le second site.

C'est de la structure des sites même que naît cette première lecture centrée sur leur dimension naturelle, puisque contrairement au classement très localisé d'un monument par exemple, il s'agit ici de grandes étendues de nature. Mais ce sont surtout leurs statuts antérieurs d'aires naturelles protégées qui corroborent cette apparence : la *quasi* totalité des territoires classés recouvre le périmètre de Parcs nationaux et de réserves naturelles préexistant aux sites Unesco. Laponia compte en effet quatre Parcs nationaux, dont deux parmi les plus anciens d'Europe, et deux réserves naturelles. Pyrénées-Mont Perdu couvre partiellement deux Parcs nationaux (mis au premier plan sur la brochure ci-dessus) et une réserve naturelle. Attestant de l'emprise des politiques de conservation de la nature sur ces régions, ces entités sont également garantes de la protection du patrimoine naturel des sites reconnus par l'Unesco. Cette dernière institution ne dispose en effet d'aucun outil opérationnel sur le terrain pour organiser la gestion des sites, mais contrôle simplement leurs

⁴ Les Maisons du Parc national des Pyrénées sont des structures d'accueil destinées aux visiteurs et situées aux abords du Parc national qui couvre le versant français de Pyrénées Mont Perdu. Elles ont une mission informative et pédagogique à destination du public et présentent le parc, ses activités, et les statuts de protection des espèces naturelles présentes dans l'enceinte du parc à travers des mini-expositions.

conditions d'intégrité en s'assurant de l'efficacité des organes en place. La seule force coercitive dont dispose l'Unesco est la possibilité de lister un bien dans la catégorie du « Patrimoine mondial en péril » ou, à terme, de le déclasser. Elle confie donc aux Etats parties la charge de veiller à l'intégrité et aux bonnes conditions de conservation de leurs sites.

A niveau des critères culturels du classement des sites, dans les deux cas, ils reposent principalement sur la présence ancestrale de sociétés locales aux modes de vie en interaction étroite avec ces environnements. A ce titre, ils constituent l'héritage vivant de modèles pastoraux devenus « rares en Europe⁵ », voire plus largement « dans la société humaine⁶ ».

Outre leur statut commun reposant sur l'unité des catégories de classement, l'uniformité temporelle constitue un second critère intéressant pour comparer ces deux sites : Laponia est classé en 1996 et Pyrénées-Mont Perdu en 1997 (avec une extension du périmètre classé en 1999). Cette correspondance synchronique donne toute sa pertinence à une approche comparée du processus de labellisation dans les deux cas. Elle permet de faire l'hypothèse que l'on peut mettre en lumière des évolutions liées à ces processus dynamiques, à partir d'un repère temporel commun qui correspond au moment de la labellisation. Ce repère est d'autant plus important que la signification du classement des sites et l'utilisation du label varient selon les évolutions des conceptions du Patrimoine mondial dans les différentes périodes de son histoire (Djament-Tran *et al.*, 2012 ; Marcotte & Bourdeau, 2012). Enfin il m'a semblé important de conserver une cohérence du point de vue de la grande sous-région géographique abordée en choisissant deux sites européens, tous deux caractérisés par la présence importante de montagnes. Il s'agit de deux zones rurales et considérées comme périphériques par opposition à des grands centres urbains.

	Laponia	Pyrénées-Mont Perdu
Catégorie du classement Unesco	Mixte	Mixte et Paysages culturels
Date du classement	1996	1997 (+ extension en 1999)
Pays	Suède	Site transfrontalier : France et Espagne
Statuts de conservation majeurs préexistants	4 Parcs nationaux 2 Réserves naturelles	2 Parcs nationaux 1 Réserve naturelle

Tableau 2. Récapitulatif des données générales sur le classement Unesco et les statuts de conservation des deux sites.

⁵ Extrait du classement de Pyrénées-Mont Perdu, à propos du mode de vie montagnard dans le site.

⁶ Extrait du classement de Laponia, à propos des grandes transhumances des Samis éleveurs de rennes et de leurs larges troupeaux.

1.2.2. Des sites différents

- Aspects socioculturels

Ces unités de comparaison présentent de manière évidente un certain nombre de traits différentiels. Du point de vue socioculturel d'abord, il s'agit dans un cas (Laponia) d'une région profondément associée à la présence millénaire de la population autochtone samie⁷, progressivement métissée au cours de son histoire récente avec la population suédoise, en particulier après que l'Etat central ait entrepris au XIX^e siècle la colonisation systématique de la région septentrionale de la Suède (le *Norrland*). Les enjeux identitaires liés aux questions d'autochtonie restent aujourd'hui une thématique importante dans la région et font l'objet d'une implication politique marquée de la part des Samis⁸. L'élevage transhumant des rennes, activité traditionnelle des Samis, quoiqu'en déclin, porte une forte valeur identitaire et continue à imprégner largement les logiques socioculturelles et foncières dans la région (Beach, 1981 ; Roué, 2012, 2013).



Photo 2. Eleveurs samis et leurs troupeaux de rennes lors d'un marquage des faons à Sittas, Suède. Photo : F. Revelin

⁷ Les Samis occupent au-delà des terres septentrionales de Suède l'ensemble du Nord de la Fennoscandie, sur un territoire qu'ils nomment *Sápmi* (voir carte n°1).

⁸ Les Samis siègent notamment dans de nombreuses instances internationales pour la défense des droits autochtones, et notamment au Conseil Arctique ou dans les organes de travail de la Convention sur la Biodiversité. Ils disposent en Suède de leur parlement depuis 1993, alors que le Samis de Finlande et de Norvège ont établi leurs parlements respectivement en 1973 et en 1989.

Dans les Pyrénées, la situation est différente. Si les communautés montagnardes ont longtemps vécu en retrait de celles des piémonts en raison du relief naturel notamment, elles ne sont pas reconnues comme des minorités par la France et l'Espagne. Pour autant, nous verrons plus en détails à travers les enquêtes de terrains menées dans les vallées du versant français du site que les enjeux identitaires demeurent importants, notamment en raison de l'histoire de ces communautés montagnardes. L'agriculture de montagne, qui repose principalement sur l'élevage ovin et bovin, constitue l'activité traditionnelle de subsistance longtemps dominante dans cette région et caractérise le lien des sociétés locales à leur environnement tel qu'envisagé dans la labellisation Unesco. Cependant, cette activité est en déclin dans la période récente, la déprise étant davantage prononcée côté espagnol (Mottet *et al.*, 2006 ; Briffaud & Davasse, 2007). La population de cette région des Pyrénées a donc largement diversifié ses activités et le tourisme occupe aujourd'hui une place de premier plan dans l'économie locale.



Photo 3. Eleveur pyrénéen et son troupeau de moutons estivé dans la vallée de Héas, France. Photo : F. Revelin.

- Deux échelles

La question de l'échelle constitue un autre trait différentiel majeur entre les deux sites. Laponia est un site très vaste de 9400 km² (soit 940 000 ha) alors que la superficie du site Pyrénées-Mont Perdu est seulement de 306 km² (soit 30 639 ha).

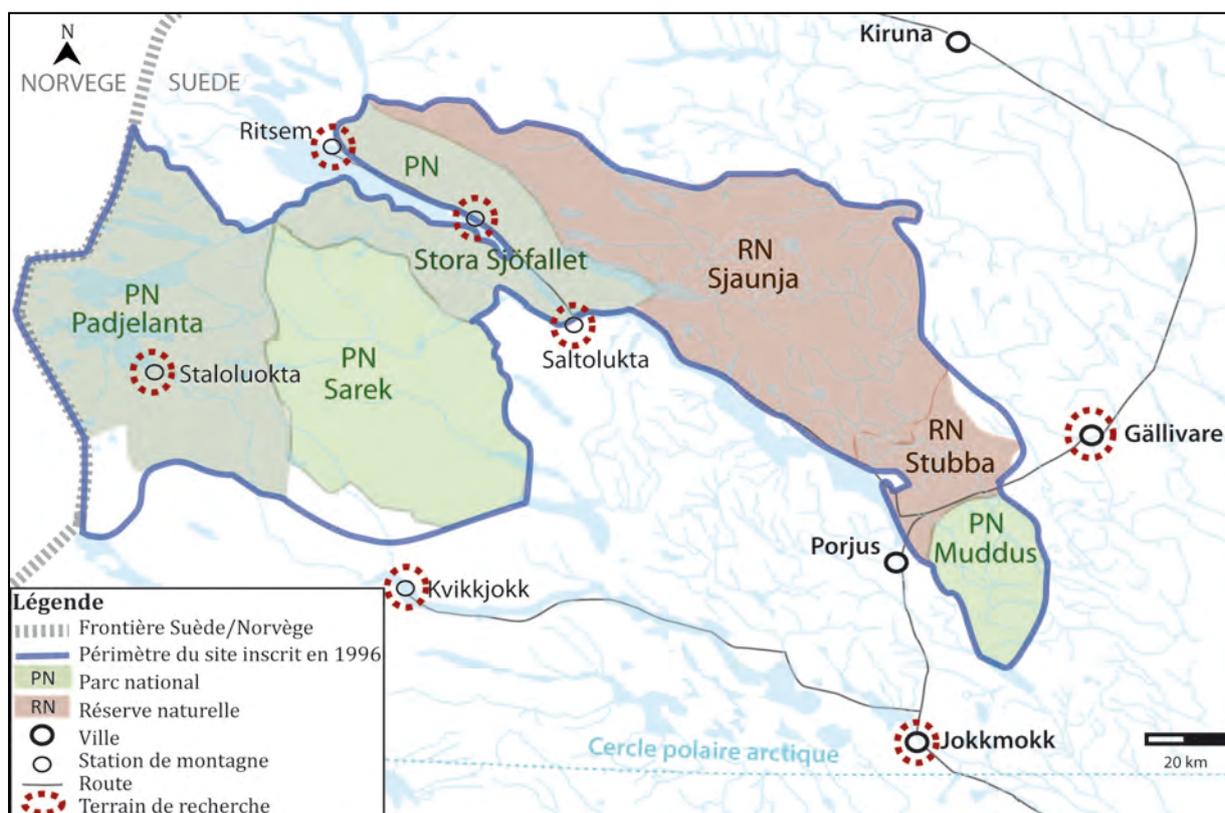


Carte 1. Localisation des sites Laponia et Pyrénées-Mont Perdu en Europe (sites en jaune).

Laponia se situe au cœur de la Laponie, vaste région septentrionale de la Fennoscandie couvrant le nord de la Norvège, de la Suède, de la Finlande et la Péninsule de Kola en Russie. Cette région (en violet) est nommée *Sápmi* par les Samis qui la considèrent comme leur terre natale. Pyrénées-Mont Perdu se situe à cheval sur la frontière France-Espagne, dans les Pyrénées centrales. Source : Revelin (2013), modifié d'après Laponia.nu, geologie.com et unesco.org.

Cette différence qui semble importante reflète les spécificités géographiques des deux lieux. Laponia en Laponie suédoise est en effet une très vaste région peu peuplée. Une propriété qui se lit plus largement dans le découpage administratif de la région, où les territoires des *kommun* suédoises (équivalent des anciens *districts* dans le découpage administratif français, terme qui sera utilisé dans ce manuscrit) correspondent à de très grandes étendues dont la superficie renvoie à celle de

plusieurs départements français⁹ : Gällivare et Jokkmokk, les districts portant Laponia, ont respectivement une superficie totale de 15 825 km² (1 582 500 ha) et 17 735 km² (1 773 500 ha). Peu densément peuplés, ces territoires comptent en moyenne 1.16 et 0.30 habitants par km², très inégalement répartis puisque rassemblés dans les centres urbains éponymes : l'agglomération de Gällivare compte environ 15 000 habitants (sur les 19 000 que compte le district au total) et la ville de Jokkmokk compte environ 3 000 habitants (sur les 5 000 du district)¹⁰.



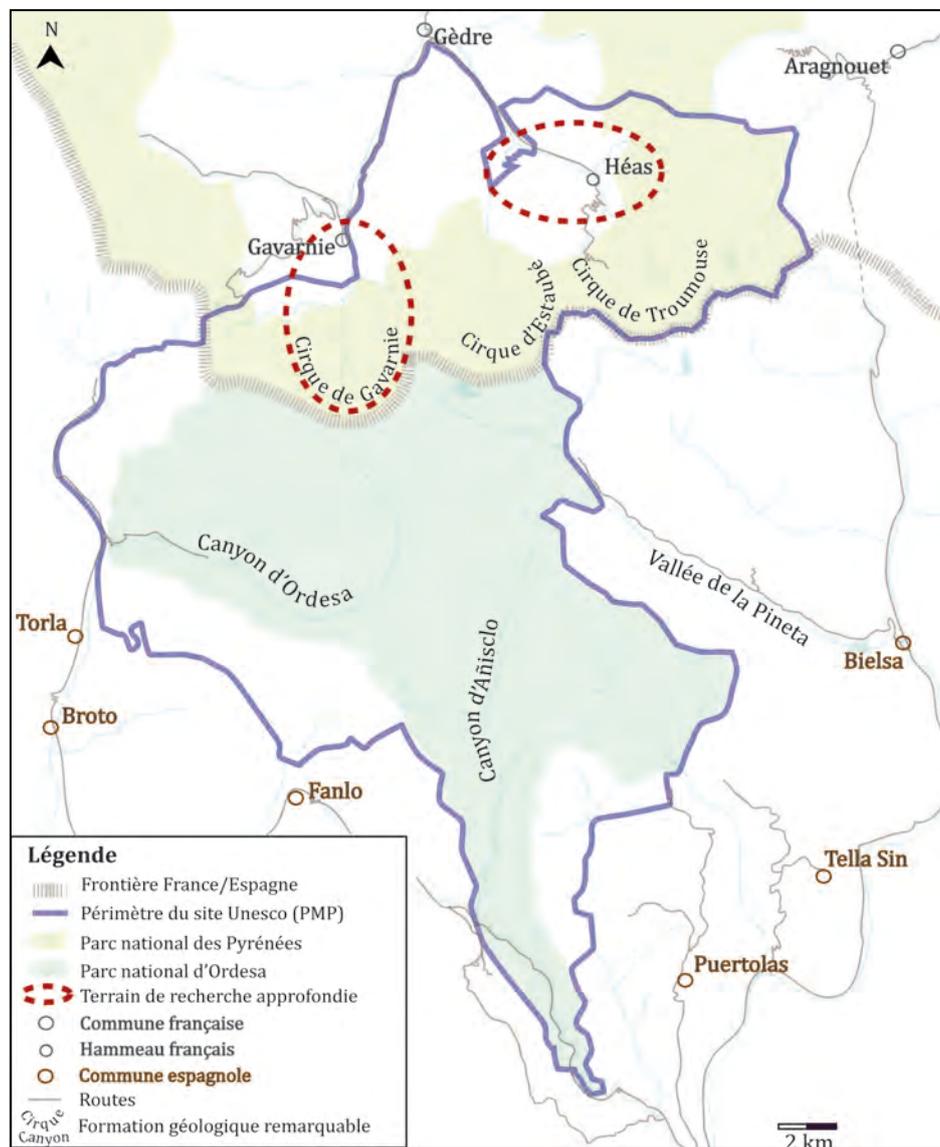
Carte 2. Le site Laponia et ses principales zones d'enquêtes ethnographiques.
Source : Revelin (2013), modifié d'après laponia.nu.

Pyrénées-Mont Perdu apparaît au contraire comme un site plus concentré. A cheval sur le sud du département français des Hautes-Pyrénées et la Province de Huesca dans le Haut-Aragon espagnol, il se situe dans la zone centrale de la chaîne pyrénéenne et couvre une zone de moyenne à haute montagne (quasiment l'ensemble du site se situe au-delà de 1000m d'altitude). Directement entouré d'un tissu rural de petits villages de montagne, sa morphologie contraste avec celle du site lapon qui présente un contraste plus franc entre ses vastes zones presque inhabitées et ses villes. Le versant

⁹ Le nord de la Suède est en effet caractérisé par de grands espaces qui contrastent avec le sud urbanisé du pays, plus dense, découpé administrativement en plus petites entités. Les *kommun* suédoises sont regroupées en 24 *Län* (plus ou moins l'équivalent administratif des départements français), eux-mêmes rassemblés en trois grandes régions : le *Norrland* (au nord), le *Svealand* (au centre) et le *Götland* (au sud). Le *Norrland* représente à lui seul les 2/3 du territoire suédois et seulement 12% de la population du pays y vit.

¹⁰ Données issues du site officiel <http://www.ekonomifakta.se/sv/Fakta/Regional-statistik/Alla-lan/Norrbottnens>, 2013.

français de Pyrénées-Mont Perdu repose sur les communes de Gavarnie et de Gèdre, qui comptent respectivement environ 140 et 250 habitants. Mais la configuration est ici très différente : si Pyrénées-Mont Perdu est 30 fois plus petit que Laponia, ces villages habités sont situés directement à sa frontière et les premières grandes agglomérations se situent à seulement une cinquantaine de kilomètres vers le piémont, comme par exemple la ville de Lourdes qui compte 15 000 habitants et celle de Tarbes qui en compte plus de 40 000¹¹. Sont donc mis en parallèle deux sites appartenant à des régions périphériques et rurales, mais dont l'un apparaît plus condensé, tandis que l'autre au contraire est très disparate et étendu.



Carte 3. Le site Pyrénées-Mont Perdu et les principales zones d'enquêtes ethnographiques.
Source : Revelin (2013), modifié d'après Poussard, ARPE, 2001.

¹¹ Données Insee pour l'année 2009.

Comparer les deux sites favorise également une approche multiscalaire, faisant varier les échelles d'espaces et de temps en jeu dans les dynamiques locales. Nous verrons en effet que les deux situations de tourisme propres à chaque étude de cas se comprennent à travers les influences de l'histoire et des dynamiques socio-économiques et politiques qui se jouent à plusieurs niveaux, bien au-delà de l'échelle localisée des sites.

Finalement, la comparaison de ces deux cas prend en compte à la fois la matérialité des aires étudiées, et les pratiques, perceptions et représentations de leurs usagers, en particulier celles des populations locales pour qui ces sites, reconnus comme remarquables, sont leur environnement quotidien.

1.3. Nuancer le rapport nord-sud : des études de cas européennes

Outre un choix favorisant la comparaison de deux études de cas, cette étude fait aussi le choix de sites appartenant à des pays dits « du Nord », en l'occurrence d'Europe de l'ouest.

Dans les études abordant la question du développement touristique international, il est commun de voir s'opérer une dichotomie nord-sud, opposant des pays émetteurs de tourisme, les pays riches occidentaux, à des pays récepteurs de tourisme, souvent les pays du sud pour qui cette activité serait appréhendée comme un moteur du développement économique, captant une partie des richesses en provenance du nord (Duffy, 2006). S'il s'agit d'un schéma très simplifié, la prise en compte de toute la complexité des flux touristiques, nationaux et internationaux, montre que les pays occidentaux restent largement en tête des destinations touristiques – Paris est par exemple connu pour être la première destination touristique au monde. Cependant, la tendance générale est à la croissance des flux touristiques à destination des pays du Sud :

« Si la demande touristique nationale et internationale touche également certains pays non-occidentaux, les arrivées restent concentrées dans les pays du Nord et le tourisme national est de loin le plus important en termes de consommation. En 2008 toutefois, les pays en développement se placent en tête de la croissance du tourisme mondial [UNWTO, 2008] ». (Cousin & Réau, 2009 : 63).

Lorsque l'on se penche plus spécifiquement sur les destinations de nature, et notamment sur le tourisme lié aux aires naturelles protégées et remarquables, la part belle est faite aux pays du sud ; leur nature exotique, peuplée d'espèces rares et emblématiques constitue une forme d'attractivité touristique importante. L'ouvrage de Martha Honey, *Ecotourism and Sustainable development* (2008) est exemplaire de cette tendance en reprenant des études de cas de grandes destinations « écotouristiques » telles que les Galapagos, le Costa Rica, la Tanzanie, le Kenya ou le Zanzibar. Cette tendance valorise une approche particulière du fait touristique, étudié à travers l'idée de son

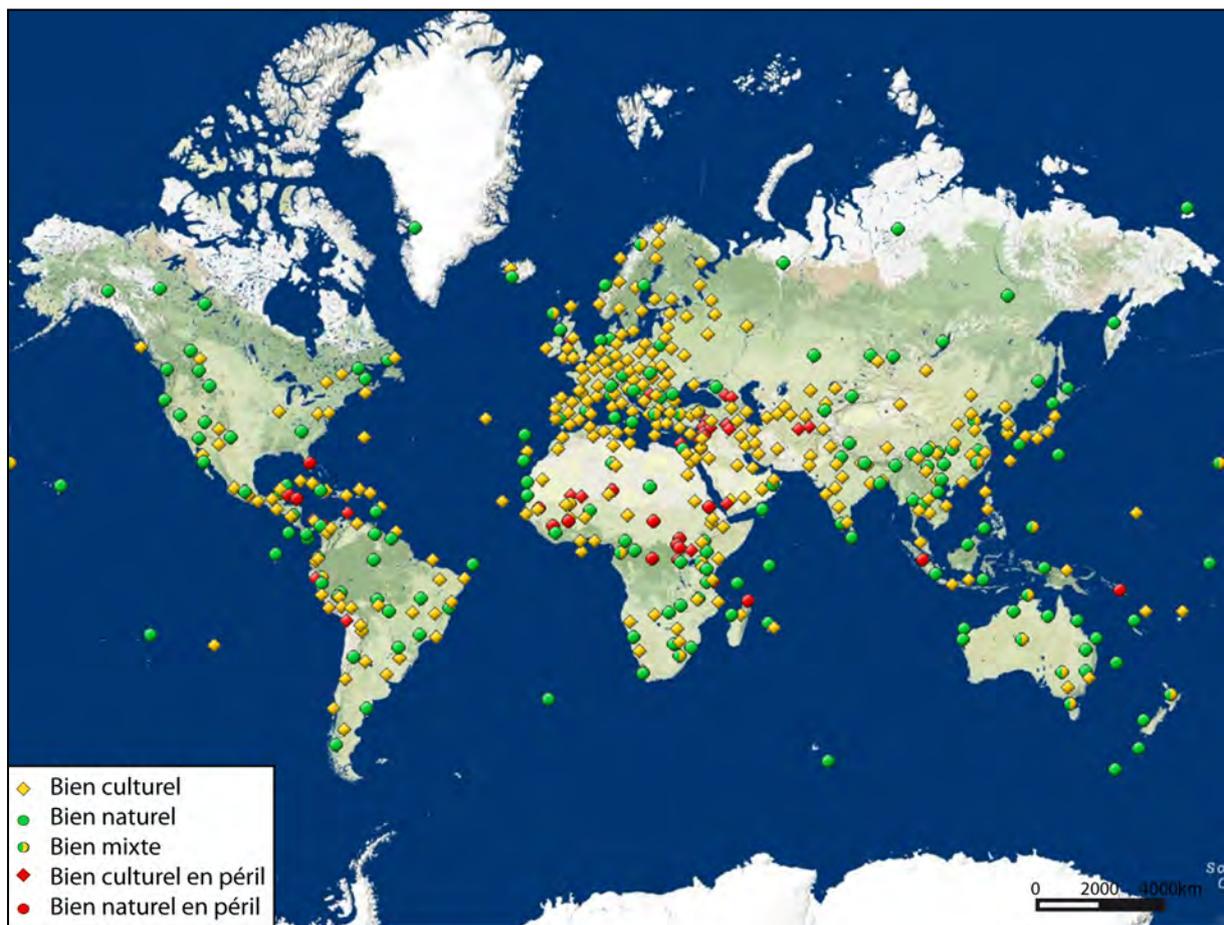
potentiel en matière de développement économique, et parallèlement, des éventuels effets néfastes d'une activité mal contrôlée (par exemple, les impacts écologiques sur les sites fragiles). Les études s'inscrivant dans le champ de la *Political Ecology* – qui s'intéresse aux usages des ressources et aux luttes de pouvoirs liées à la gestion de l'environnement, avec une focale privilégiant les pays en voie de développement (Benjaminsen & Svastad, 2009 ; Gautier & Benjaminsen, 2012) – abordent abondamment l'intrication entre tourisme et politiques de conservation de la nature ; dans ce cadre, le développement touristique est étudié à la fois comme un argument pour justifier des projets de conservation de la nature et pour les financer (Duffy, 2006 ; Brokington *et al.*, 2008).

Pour cette thèse, il a été choisi de documenter des modèles moins explorés parmi les études s'intéressant au tourisme dans le cadre de sites naturels protégés. Il s'agit en effet, à travers une approche ethnographique, de mettre en lumière les liens entre tourisme, politiques de conservation de la nature, et maintien de modes de vie liés à l'agro-pastoralisme, en s'intéressant à des sites européens. Une de leur spécificités est que, avant d'être institués en patrimoines mondiaux, ces zones font comme on l'a vu l'objet de divers statuts de protection de la nature, et en particulier celui de Parc national. A ce titre, ils sont clairement identifiés comme des aires protégées sous le joug de politiques conversationnistes. Mais dans les deux cas, leur accès et leur usage touristique sont conçus comme des droits fondamentaux, et sont gratuits. Or, la gratuité de l'accès aux Parcs nationaux n'est pas une conception si répandue à l'échelle du monde et tend même à devenir l'exception. Ce, en particulier, dans les pays du sud où le tourisme et l'écotourisme sont souvent conçus comme une manne économique soutenant les projets de conservation, mais aussi dans des pays riches tels que les Etats-Unis ou l'Australie. Ainsi, ces études de cas tournées vers l'Europe ont pour ambition de s'interroger sur le rapport spécifique à la conservation de la nature et à ses usages touristiques, lorsque l'on sort précisément de ce type de considérations économiques. Quels sont les rapports de ces acteurs locaux à la dialectique entre développement du tourisme et conservation de la nature dans ces régions où l'usage touristique est considéré comme un droit fondamental?

Par ailleurs, la Liste du patrimoine mondial a longtemps présenté une sorte de déséquilibre, projetant sur la géographie mondiale des conceptions occidentales de la dichotomie nature-culture¹². Cette vision de l'universalisme depuis l'Occident se traduit notamment dans une concentration de biens classés comme « culturels » dans les pays occidentaux et en particulier l'Europe (*cf* carte n° 4), alors que les « biens naturels » se répartissent davantage dans les pays du Sud. La prise de conscience d'un tel déséquilibre a fait l'objet, en 1994, d'une « *Stratégie globale pour une Liste du*

¹² La dichotomie nature-culture s'inscrit dans l'ontologie naturaliste décrite par Descola (2005) comme propre aux cosmologies occidentales.

patrimoine mondial équilibrée, représentative et crédible » (Site du Centre du patrimoine mondial, 2013) mise en place par le Centre du patrimoine mondial. Son objectif est de traiter les déséquilibres de la Liste entre les différentes régions du monde, les types de monuments et les périodes représentées. L'Unesco souligne ainsi que la *Stratégie* marque l'évolution d'une vision monumentale du patrimoine, vers une vision beaucoup plus orientée vers les populations. Si ce rééquilibrage cherche justement à s'émanciper de l'eurocentrisme de la Liste et de la Convention en revalorisant les visions locales et en particulier celle des pays du sud, il est tout aussi intéressant de renverser la balance pour se pencher sur le cas de sites européens en partie classés sur la base de critères naturels, et pour lesquels les politiques occidentales de conservation de la nature ont une empreinte très forte et ne reflètent pas forcément toutes les spécificités des systèmes socioculturels locaux.



Carte 4. Les biens inscrits sur la Liste du patrimoine mondial en 2013.

Source : Revelin (2013), modifié d'après <http://whc.unesco.org>

2. Une démarche qualitative et holistique ancrée dans l'anthropologie

En cherchant à comprendre à travers le prisme du tourisme comment ces sites labellisés qui intègrent des aires naturelles protégées sont appréhendés par leurs différents usagers, et en particulier par les sociétés locales, cette thèse trouve un appui théorique dans l'approche de l'anthropologie de l'environnement. Spécialisée dans l'étude des rapports nature-sociétés, l'anthropologie de l'environnement et l'ethnoécologie examinent les savoirs et les pratiques de l'homme sur la nature en considérant les systèmes socioculturels dans lesquels ils s'insèrent (Lévi-Strauss, 1962 ; Bahuchet, 1979 ; Roué & Nakashima, 2002 ; Descola, 2005). Ce travail rejoint plus spécifiquement les recherches menées autour du thème de la conservation de la nature, qui abordent, dans le cadre de territoires engagés dans des actions de conservation, les relations des acteurs impliqués avec les espèces et les systèmes écologiques, en considérant leurs dimensions économique, culturelle et symbolique. Il s'agit, dans ce contexte, d'analyser les problèmes culturels de la conception et de la mise en œuvre de projets de conservation de la nature, en considérant à la fois les conséquences et les expériences locales de ces projets et les influences extérieures qui émanent de sphères de décisions beaucoup plus larges (Roué, 2006 ; Druguet, 2010 ; Larrère *et al.*, 2009 ; Dumez, 2010). Étudier le tourisme dans des territoires protégés selon des statuts de divers niveaux (Parcs nationaux, réserves naturelles et sites du Patrimoine mondial) est une manière de contribuer à une telle réflexion. Une des spécificités de cette thèse est justement de proposer de mobiliser le tourisme comme un prisme d'analyse pour approcher ces thématiques. En cela, quelques éclairages préalables sur l'étude du tourisme en tant qu'objet anthropologique s'imposent.

2.1. Le tourisme comme objet anthropologique

2.1.1. Les tumultes d'un apprivoisement lent

Ce qui frappe quiconque abordant la littérature *ad hoc*, c'est d'abord combien l'établissement du tourisme comme un objet légitime de l'anthropologie a été lent, entravé, et même pour ainsi dire, accidentel (Nash, 1981 ; Picard M.¹³ & Michaud, 2001 ; Doquet & Evrard, 2008b ; Roux, 2009).

« Il est assez révélateur que les premiers travaux anthropologiques sur le tourisme dans les années 1960, aient été pour la plupart le résultat d'une confrontation accidentelle de touristes et d'ethnologues étudiant les changements sociaux et culturels entraînés par la modernisation » (Picard M. & Michaud, 2001 : 5)

¹³ La référence à Picard avec mention de l'initiale M., renvoie aux travaux de Michel Picard, par contraste avec la référence Picard sans initiale, renvoyant en bibliographie aux travaux de David Picard.

A l'origine, l'intérêt des anthropologues pour cet objet résulte principalement du fait qu'à partir de la période d'après-guerre, l'ampleur du tourisme international devient telle que le phénomène ne peut plus être ignoré. Son ubiquité l'impose comme une composante incontournable des terrains ethnographiques et les recherches anthropologiques commencent à l'aborder en tant que catalyseur de l'acculturation.

Le lent déploiement d'une anthropologie du tourisme a ses origines dans la tradition anglo-saxonne. Ses racines théoriques plongent notamment dans les travaux fondateurs de Dean MacCannell et son célèbre ouvrage : *The Tourist, A new theory of the leisure Class* (1976). L'auteur propose une ethnographie de la modernité qui considère le tourisme comme un phénomène permettant de penser la société moderne. MacCannell pose les bases d'une réflexion théorique en abordant à la fois la sociologie des touristes et en envisageant le touriste comme un des meilleurs modèles qu'offre à étudier la « société moderne » :

“The tourist is one of the best models available for modern man in general. [...] Our first apprehension of modern civilization, it seems to me, emerges in the mind of the tourist” (Op. cit. : 1)

« The central thesis of this book holds the empirical and ideological expansion of modern society to be intimately linked in diverse ways to modern mass leisure, especially to international tourism and sight-seeing” (Op.cit. : 3)

L'ouvrage collectif dirigé par Valene L. Smith, d'abord publié en 1977 et plus connu sous sa réédition de 1989, *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*, compte également parmi les textes fondateurs, en fournissant notamment les premières typologies du tourisme. En 1996, Dennison Nash publie *Anthropology of Tourism*, ouvrage synthétisant l'état et les perspectives de l'étude anthropologique du tourisme. L'auteur y souligne que l'analyse s'articule autour de trois grandes composantes formant un « système touristique » et qui se comprennent conjointement : le visiteur et sa culture, le visité et sa culture et les points de contacts et de transactions entre ces deux premières composantes. Cette vision tripartite reflète les trois grandes tendances qui jalonnent encore les recherches contemporaines, les deux dernières formant le cadre général dans lequel cette thèse se positionne. L'ouvrage de Nash a par ailleurs cela d'intéressant qu'il revient en détail sur les raisons pour lesquelles l'étude du tourisme a longtemps souffert d'un manque de reconnaissance par l'anthropologie, qui ne considérait pas cet objet comme légitime de la discipline, alors que d'autres sciences humaines – en particulier la géographie – l'avaient intégré bien plus tôt. Plusieurs explications justifient cette réticence et notamment le fait que les universitaires ne perçoivent pas le tourisme comme une activité sérieuse. Faire du tourisme un objet de recherche est toujours plus ou moins connoté comme une démarche frivole, comme le souligne aussi le sociologue français Jean Viard (2000):

« Pour un chercheur, il faut comprendre que les vacances apparaissent souvent comme un objet scientifique 'léger'. Un peu comme un sexologue dans une réunion d'industriels ». (Op.cit. : 17)

Sur leurs terrains, les anthropologues tendent de surcroît à garder leurs distances face aux touristes avec lesquels ils ne veulent pas être confondus, notamment par la communauté locale étudiée. Enfin, alors que l'anthropologie classique s'attache à étudier des sociétés traditionnelles, plane une sorte de déni du tourisme comme élément de métissage et d'échanges entre sociétés modernes et sociétés traditionnelles. On cherche davantage à étudier des communautés vierges de tourisme, considérées comme plus pures et plus représentatives de la culture locale (Nash, 1996). Pour ces principales raisons donc, l'anthropologie n'a intégré l'étude du tourisme et des touristes que tardivement. Les auteurs qui ont ouvert cette voix se sont heurtés à de fortes réticences et un scepticisme marqué de la part de la communauté scientifique, qui expliquent notamment que l'étude anthropologique du tourisme reste encore peu développée et relativement méconnue à l'intérieur même de la discipline (Picard & Michaud 2001). Cette barrière s'illustre à travers l'anecdote de la rencontre entre l'américain MacCannell - évoqué plus haut et considéré comme un brise glace de l'anthropologie et la sociologie du tourisme - et le français Claude Lévi-Strauss :

« This is quite ironical since then Levi-Strauss met MacCannell in Paris, he told him that tourism wasn't of any interest ». (Doquet & Evrard, 2008a: 178)

2.1.2. L'appropriation francophone récente

L'anthropologie et la sociologie francophones buttent sur ces réticences. En France, la réflexion débute timidement dans les années 1970 à travers les travaux de l'équipe de Marie-Françoise Lanfant (URESTI¹⁴), qui s'efforçait de créer un espace pour considérer le tourisme comme un objet légitime de ces disciplines. Dans un article de 2010, Michel Picard, qui avait intégré cette équipe de recherche à la fin des années 1970, revient sur cette période de réflexion pionnière qui voyait percer la nécessité de considérer le tourisme bien plus que comme un élément contextuel des terrains sociologiques et anthropologiques, mais comme un phénomène social caractéristique des sociétés contemporaines :

« Jusqu'alors, j'avais appréhendé le tourisme comme s'il s'agissait d'une activité de loisir parmi d'autres. Mais en travaillant avec Marie-Françoise Lanfant j'ai compris que les implications du tourisme allaient bien au-delà de ce qu'on en pensait communément à l'époque. Pour les chercheurs de l'URESTI, le tourisme ne se limitait pas à une activité dont il fallait cerner les contours, repérer les agents et répertorier les manifestations. Il ne s'agissait pas d'un objet circonscrit, repérable à la présence de touristes et des équipements qui leur sont destinés, mais bien d'un « phénomène social

¹⁴ L'URESTI est une équipe de recherche du CNRS : Unité de recherche en sociologie du tourisme international.

total » (Mauss, [1924] 1950), qui touche à tous les niveaux de la socialité et se propage dans toutes les régions du monde en instituant entre elles de nouveaux liens sociaux ». (Picard M., 2010)

Les premiers travaux marquants commencent à s'imposer dans la littérature francophone dans les années 1990, dont un ouvrage devenu très célèbre, *L'Idiot du Voyage* de Jean-Didier Urbain, publié pour la première fois en 1991. Il décompose la complexité de la figure du touriste dans les discours, les pratiques et les représentations, et tente ainsi de déconstruire cette vision du touriste comme un intrus. Mais lorsque Evrard & Doquet (2008a : 178) demandent à l'auteur comment son travail sur les touristes a été accueilli à l'époque, il répond spontanément : « Pretty badly, for two reasons¹⁵ » (*op.cit.*) et décrit des causes rejoignant les réticences évoquées plus haut :

« In working on tourism, I was working on the froth, not on the substance. [...] Leisure was seen as something that was going to favour the loss of morality among citizens, leading to decadence and the breakdown of society ». (Op. cit)

Jusque dans les années 2000, malgré la publication de quelques travaux francophones, ce patinage intellectuel perdure et étudier le tourisme et les touristes continue à se heurter à des idées reçues qui ont la vie dure. Mais à partir de cette période, une série de publications dédiées au sujet¹⁶ participent à donner un tournant émancipateur (Roux, 2009). Ces progrès récents ont cela de décisif qu'ils forgent une critique de l'approche en termes d'impact, posture longtemps et souvent privilégiée dans les recherches sur le tourisme menées par d'autres disciplines. L'apport de l'anthropologie de ce point de vue est conséquent : en dénonçant les limites de la notion d'impact, les anthropologues entendent au contraire redonner toute sa place au tourisme comme élément indissociable des réalités sociales propres aux différents contextes locaux et plus largement comme un phénomène essentiel des sociétés contemporaines.

2.2. Se distancier de la problématique de l'impact et adopter une approche holistique du tourisme

En étudiant le tourisme comme révélateur de transformations sociales, le renouvellement théorique porté par l'anthropologie se distancie de deux grands écueils des études sur le tourisme : Lanfant,

¹⁵ La citation de l'interview du sociologue français Jean-Didier Urbain est ici en anglais parce qu'elle est extraite d'un article publié par Doquet & Evrard (2008a) dans la revue anglophone *Tourist Studies*, notamment destiné à faire connaître les recherches francophones sur le tourisme largement ignorées dans le monde anglo-saxon.

¹⁶ En particulier, les numéros spéciaux des revues *Anthropologie et Sociétés* (2001) : « Tourisme et sociétés locales en Asie orientale », *Ethnologie française* (2002) : « Touristes, autochtones : qui est l'étranger ? », *Autrepart* (2006) : « Tourisme culturel, réseaux et recompositions sociales », *Actes de la recherche en sciences sociales* (2007) intitulé : « Les Nouvelles (?) frontières du tourisme » et *Civilisations* (2008) intitulé : « Tourisme, mobilités et altérités contemporaines ».

(1994), Boyer (2002), Picard M. (2010), Doquet (2010) contribuent à une critique du paradigme de l'impact, et les réflexions proposées par Gamblin (2006), Doquet & Le Menestrel (2006), Roux (2009) et Picard M. (2010) critiquent les études à caractère binaire qui opposent « local » et « touriste », « visiteur » et « visité », « mobilité » et « immobilité », « dominants » et « dominés ».

La problématique de l'impact a en effet largement structuré les premières réflexions menées autour de la question sociale du tourisme, comme en témoigne l'intitulé d'un séminaire international organisé conjointement par la banque mondiale et l'Unesco en 1976 : « L'impact social et culturel du tourisme ». Si ce séminaire marque un tournant profitable à la reconnaissance de ce domaine de recherches, il est aussi caractéristique d'une approche selon laquelle « le visité et sa société sont rarement considérés en tant qu'acteurs liés à un contexte » mais plutôt comme des « ré-acteurs » en face du visiteur (Michaud, 2001 : 19). Pour Michel Picard (2010), cette approche est d'emblée retransmise par son ancrage dans une conception économique, limitée à une analyse en termes de coûts et bénéfiques :

« Le seul fait de parler 'd'impact' du tourisme revient en effet à concevoir la société d'accueil comme une cible percutée par un projectile, comme un milieu récepteur passivement soumis à des facteurs exogènes de changement, dont il s'agirait pour l'expert appelé à la rescousse de l'aménageur de comptabiliser les retombées au moyen d'une analyse coûts-bénéfices. Dans cette perspective normative, la mission confiée au chercheur relève d'une intention de maîtrise sociale, soucieuse de parvenir à un meilleur ajustement du produit touristique à la demande dont il est l'objet sur le marché international ». (Picard M., 2010)

Le système conceptuel sur lequel repose la problématique de l'impact est principalement dénoncé parce qu'il amène à penser les rapports tourisme-sociétés en termes d'extériorité, ce qui aboutit à faire du tourisme un corps étranger (Lanfant, 1994). S'émanciper des études d'impact permet donc de replacer l'activité touristique dans un système d'action et de décision intégré à la société, et d'appréhender le touriste en sa qualité de sujet et d'acteur à part entière de la société, et non plus comme un intrus. Cette posture critique ouvre *in fine* un cadre pour comprendre le processus de « touristification » par lequel une société devient un produit touristique (Picard M., 1993), cadre qui rassemble dans les années 2000 un certain nombre d'anthropologues francophones (voir la note de bas de page n°16) cherchant à libérer la discipline de cette emprise de l'impact. Pourtant, dans un article publié en 2010 sur *La force de l'impact*, Anne Doquet souligne sa persistance. Elle traverse encore actuellement bon nombre de recherches et même certaines parmi celles qui prétendent s'en défendre.

« Aussi, si le terme d'« impact » est banni dans les recherches adoptant une perspective constructiviste privilégiant les interactions culturelles et considérant le tourisme comme partie intégrante des cultures visitées, il reste difficile, en abordant les rapports visiteurs-visités, d'échapper à une dichotomie qui, à un moment où un autre, entraîne l'idée d'impact, ou tout au moins d'effets du

tourisme sur les sociétés touristiques. [...] Le danger n'est donc pas tant de l'emprunter, mais plutôt de lui accorder une prééminence qui induirait l'idée de passivité générale des acteurs dans les sociétés touristiques. » (Doquet, 2010)

En se penchant plus particulièrement sur l'articulation entre le cadre théorique fourni par l'anthropologie et l'enquête de terrain, Saskia Cousin (2010) souligne l'importance de l'enquête pour désamorcer les limites paradigmatiques qui déstabilisent l'étude du tourisme et pour éclairer la complexité des situations de tourisme:

« Elle [l'enquête de terrain] révèle que des paradigmes comme l'impact ou la marchandisation, toujours dominants dans les sciences humaines et sociales, peinent à restituer la complexité des échanges et des transformations sociales liées au tourisme ». (Cousin, 2010)

Pour étudier les enchevêtrements complexes entre les enjeux de conservation des paysages naturels et culturels, le maintien de l'activité agro-pastorale et le développement du tourisme sans préjuger de rapport d'extériorité, cette thèse ambitionne de s'appuyer sur un point de vue endogène pour mettre à jour ce que représentent ces éléments pour les acteurs locaux. Les enquêtes ethnographiques se focalisent ainsi sur les expériences, les représentations, les stratégies et les pratiques des sociétés locales pour étudier comment sont conçus et formulés ces divers enjeux les uns par rapports aux autres, et comment le tourisme est vécu au quotidien dans ses rapports complexes avec d'autres activités.

2.3. Etudier le tourisme dans des sites protégés : envisager l'impact comme une préoccupation endogène ?

La réflexion autour des biais de la notion d'impact a une résonance particulière au regard de mes études de cas, à savoir des sites pour lesquels la question de l'impact des activités anthropiques est fondamentalement sous-jacente aux dynamiques combinées de leur conservation et de leur valorisation, ce, parce que ces dynamiques reposent justement sur l'idée d'intégrité du site. C'est là par exemple tout l'enjeu des outils développés dans le cadre des programmes de gestion des sites protégés, et plus particulièrement pour les sites naturels. Des outils qui, à l'origine, cherchaient à établir un seuil (la capacité de charge) et ont progressivement privilégié la recherche d'une marge (la limite du changement acceptable) afin de mesurer la limite à partir de laquelle la fréquentation touristique a un impact irréversible. Ma démarche n'est pas de mesurer l'impact socioculturel, économique, écologique ou paysager du tourisme dans des sites manifestement perçus comme fragiles et objets de statuts de protection particuliers, mais au contraire d'aborder la question de tels impacts comme une préoccupation hypothétiquement importante dans leur gestion.

Mobilisant l'approche anthropologique, ma thèse a vocation à s'intéresser avant tout aux aspects sociaux et culturels de ces logiques. Je cherche donc à comprendre si cette définition conservationniste de l'impact est, ou non, celle qui prévaut du point de vue local, et pour qui. La démarche empirique ouvre donc le champ à une réflexion qui ne préjuge pas de la manière dont les acteurs locaux ressentent les choses, mais cherche au contraire à les laisser s'exprimer. Elle permet ainsi de laisser réapparaître la vision du tourisme à travers la notion de l'impact comme une potentielle vision locale, et amène à se demander dans quelle mesure le tourisme est perçu par les sociétés locales comme une activité exerçant une pression sur leur environnement ? Comment les sociétés locales caractérisent-elles ces éventuelles pressions sur leurs propres activités et sur leur mode de vie ?

Il s'agit donc, grâce aux enquêtes de terrain, d'aborder les usages multiples de ces sites, où tourisme, conservation de la nature et activités agro-pastorales coexistent, pour étudier leurs interrelations et mettre à jour les ajustements, les négociations ou les conflits qui les caractérisent localement. C'est pourquoi l'ethnographie présentée dans la dernière partie de cette thèse se focalise sur deux grands groupes d'acteurs : ceux dont Dennison Nash (1981) souligne l'importance pour toute étude prétendant aborder des sociétés réceptrices de tourisme, à savoir les acteurs qui composent le secteur touristique, c'est-à-dire le groupe social tampon comprenant les entrepreneurs touristiques locaux qui servent d'intermédiaires entre le visiteur et le visité; et ceux qui justifient en particulier le lien profond des sociétés locales aux paysages naturels (tels que reconnus dans les labels¹⁷) : les éleveurs.

¹⁷ On pourrait en effet argumenter ici que toute la population n'est pas forcément liée à l'élevage et il peut exister bien d'autres liens à cet environnement naturel que ceux des éleveurs. Mais il s'agit ici de nous intéresser aux liens traditionnels, ceux reconnus par l'Unesco comme façonnant les paysages naturels via l'activité agro-pastorale.

3. Enquêtes ethnographiques : méthodes et corpus de données

3.1. Saisir des espace-temps structurants du tourisme

- Des enquêtes aux périodes vives des cycles saisonniers

Mon travail repose sur environ douze mois de terrain cumulés entre 2008 et 2012 : neuf mois en Laponie et trois mois dans les Pyrénées. L'asymétrie tient à deux raisons majeures. La première a trait à la structure de cette recherche, que cette thèse ne relate que partiellement : pour un traitement équilibré de la comparaison, centrale dans la démarche adoptée pour ce projet, une partie des investigations plus approfondies conduites dans le site lapon ne sont pas présentées ici¹⁸. La seconde raison a trait aux obstacles de l'immersion dans un terrain étranger qui implique l'apprentissage d'une nouvelle langue : pour mes enquêtes en Suède, j'ai appris progressivement le suédois pour mieux saisir le contexte dans lequel j'évoluais ; cependant la maîtrise imparfaite de la langue est un frein inéluctable au processus d'immersion. Soulignons néanmoins que l'anglais a été principalement utilisé pour les entretiens, langue dont mes informateurs majoritairement scandinaves ont bien souvent une maîtrise très avancée ; mais l'observation, la littérature grise et en somme l'ambiance du terrain sont en langue suédoise et samie¹⁹.



Figure 2. Synthèse des périodes de terrain dans les deux sites entre 2008 et 2012.

Ces douze mois sont divisés en périodes de terrains plus courtes de un à deux mois, favorisant des allers-retours entre les enquêtes et la transcription des données. Elles alternent également des périodes d'enquêtes dans les deux sites et donnent ainsi des perspectives intéressantes *via* les éclaircissements et les questionnements qu'un terrain peut suggérer vis-à-vis de l'autre. Ces terrains séquencés ciblent les périodes les plus intenses de la vie touristique des sites : dans les deux cas en effet, j'ai privilégié les hautes saisons touristiques, à savoir l'été principalement, mais également la saison hivernale caractérisée par l'intensification des activités touristiques liée aux sports d'hiver.

¹⁸ Il s'agit notamment d'un vaste travail de recueil de données auprès des touristes investissant le site, comprenant l'expérimentation d'une méthodologie basée sur des enquêtes mobilisant des corpus photographiques.

¹⁹ La langue samie est souvent parlée entre Samis et apprise comme langue maternelle dans les familles samies. Mais tous les Samis que j'ai rencontrés parlent parfaitement Suédois, langage qu'ils apprennent très jeunes, notamment à l'école et dans leur vie courante – populations samis et suédoises sont très métissées, et l'usage du suédois domine largement. L'anglais est souvent très bien maîtrisé comme troisième langue, surtout par les jeunes générations.

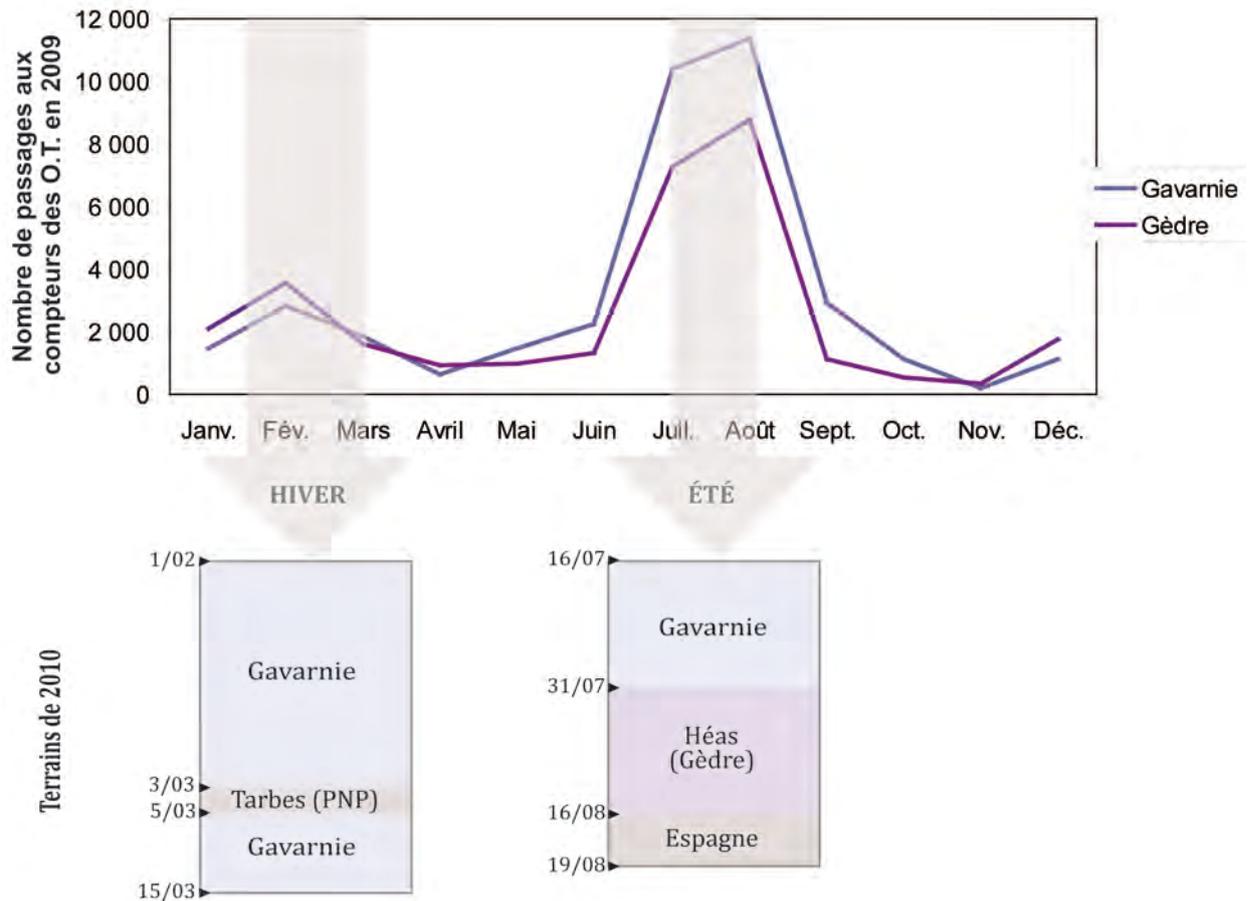


Figure 3. Exemple de choix des périodes de terrains (2010) en fonction de la fréquentation touristique dans le site Pyrénées-Mont Perdu (2009). Source : Statistiques de 2009²⁰ communiquées par les offices de tourisme (O.T.) de Gavarnie et de Gèdre.

Pourquoi privilégier les hautes saisons touristiques ? Enquêter durant les hautes saisons offre l'opportunité d'observer l'effervescence des situations d'interactions entre touristes et sociétés locales et de croiser plus aisément les approches endogènes et exogènes des sites. En période d'activité touristique plus ardente, on recueille auprès des informateurs dits « locaux » (résidents du site) un discours « à vif » sur le tourisme. On peut cependant émettre la critique que des enquêtes en période creuse nuanceraient les données en conférant une vision complète des dynamiques locales, manifestement irrégulières et discontinues. Enquêter en période de tourisme moins intense permet de s'intéresser aux perceptions du tourisme lorsque les touristes sont justement absents (comment

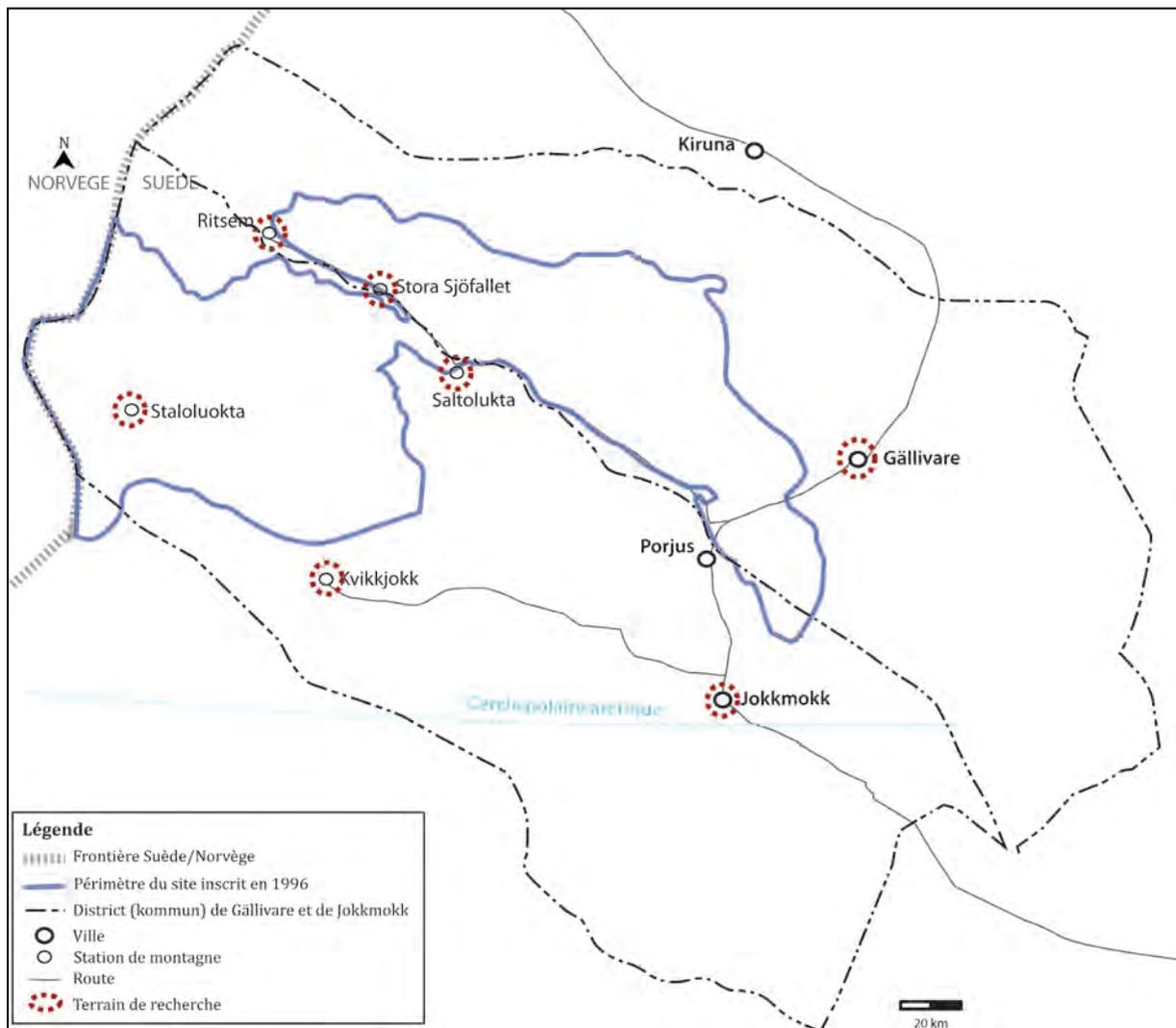
²⁰ Les entrées des deux offices sont équipées de compteurs qui dénombrent les touristes pénétrant dans les deux structures. Deux remarques importantes pour la lecture des courbes : 1) elles ne comprennent que la fréquentation des O.T. et donnent simplement la tendance de la fréquentation du site (certains touristes ne passent pas par les O.T., d'autres y entrent plusieurs fois), 2) L'O.T. de Gèdre est en aval de celui de Gavarnie. En hiver donc, lorsque les touristes montent vers Gavarnie, l'incertitude des conditions climatiques en montagne les incitent à s'arrêter préalablement à Gèdre pour s'informer sur l'enneigement et la circulation. De plus, l'office de Gèdre est un complexe comprenant une exposition et une salle d'escalade, davantage fréquentées en cas d'intempéries l'hiver ou par la population locale. Ces biais expliquent une fréquentation supérieure de la structure de Gèdre sur celle de Gavarnie en hiver.

vit-on une activité ponctuelle ? Cherche-t-on à compenser les périodes creuses ? Comment appréhende-t-on une activité qui fonctionne sur un cycle saisonnier très disparate?), et plus largement d'appréhender les dynamiques locales de manière holistique en considérant leurs inconstances. Pour ces raisons, malgré une concentration plus intense sur les pics de fréquentation, j'ai choisi de faire bénéficier l'enquête de périodes d'étalement des terrains sur l'arrière saison et de me saisir du déséquilibre entre les deux saisons dites hautes : l'hiver en effet est significativement plus calme que l'été, notamment parce que dans les deux cas étudiés, cette saison est plus courte, les sites sont plus difficilement accessibles, et nécessitent des équipements spécifiques aux conditions d'hiver en montagne et dans l'Arctique. L'intérêt d'enquêter aux différentes saisons émerge donc aussi spontanément du terrain, où mes informateurs offrent des témoignages mettant en perspective les différentes saisons. Des discours que j'ai pu confronter avec intérêt à mes observations directes. La perception locale de la saisonnalité touristique et l'étalement des saisons de tourisme sont des clés de lecture intéressantes pour les deux terrains.

- Enquêtes aux portes touristiques des sites : stations et villages de montagne

Laponia

Le site Laponia repose sur les territoires des deux vastes districts de **Gällivare** et de **Jokkmokk** (cf carte n°4). Rappelons que les villes éponymes centralisent la population et que l'activité économique et politique des districts est de fait concentrée dans ces zones urbaines, situées à l'est du site, à plus d'une centaine de kilomètres des stations de montagne qui constituent les principales portes touristiques du site. J'ai focalisé mes enquêtes de terrain sur ces stations, structures touristiques avoisinant dans la plupart des cas des villages d'été samis, c'est-à-dire des lieux de vie où les Samis se sont traditionnellement installés dans les montagnes, d'abord sous forme de campements nomades et aujourd'hui dans des habitations en dur près des pâturages estivaux de leurs rennes. L'espace des villages samis est toujours bien délimité par rapport à l'espace des stations de tourisme, même si la circulation des personnes y est libre.



Carte 5. Territoire des districts de Gällivare et de Jokkmokk et principales zones d'immersion sur le terrain. Source : Revelin (2013), modifié d'après gis.ist.se et Laponia.nu

J'ai réalisé des séjours d'immersion dans les cinq principales stations situées aux portes de Laponia ou directement dans l'enceinte du site : **Ritsem**, **Saltoluokta**, **Kvikkjokk** (situées à la frontière de Laponia), **Stora Sjöfallet**, et **Staloluokta**²¹ (situées dans l'enceinte de Laponia). Ces stations sont des lieux de passage ou de séjours importants et distribuent à elles cinq la fréquentation touristique dans l'ensemble du site. Toutes sauf une (Stora Sjöfallet) sont des points importants sur le passage des itinéraires de randonnée majeurs qui sillonnent Laponia. Entre ces stations plus importantes, des refuges de montagne gardés ponctuent les sentiers, espacés d'une distance d'une journée de marche. Stora Sjöfallet est la plus grande station, située environ à mi-chemin sur la seule route traversant le site d'est en ouest. Dans les montagnes de Laponia, la saisonnalité naturelle est très marquée, l'obscurité et la rigueur de l'hiver laissent place en été à des journées où le soleil ne se

²¹ Remarquons que deux stations ont des noms très proches : Saltoluokta et Staloluokta, qui ne diffèrent que par une inversion de lettre et que l'on peut confondre aisément.

couche pas. La fonte des glaces au printemps détruit les passages ouverts l'hiver sur les lacs gelés et rendent la montagne inaccessible à cette saison intermédiaire. Une telle variation est déterminante pour les saisons touristiques. Les stations de tourisme n'ouvrent que pour la saison d'hiver tardif (*vårvinter* en suédois, c'est-à-dire de fin février à début mai) et pour la saison d'été (fin juin à début septembre)²². En somme, de l'automne au début de l'hiver et durant la période de dégel du printemps la montagne est vide de touristes et de tourisme. Pendant ces périodes plus creuses, une partie du terrain a été consacrée à des enquêtes dans les villes de Gällivare et de Jokkmokk, en particulier dans le but de rencontrer et d'interroger des acteurs institutionnels liés à la gestion du site Laponia, aux Parcs nationaux, aux instances politiques et au développement du tourisme. A Gällivare, j'ai notamment enquêté auprès du personnel en charge de gérer l'office de tourisme, de centraliser l'offre touristique et de promouvoir les spécificités du district sur le marché du tourisme national et international. J'ai rencontré leurs homologues pour le district de Jokkmokk, de même que des personnes travaillant spécifiquement pour le musée *Ajtte* consacré aux montagnes suédoises et à la culture samie, et lieu important du tourisme du district.

Pyrénées-Mont Perdu

J'ai abordé le site pyrénéen par son versant français. Consciente de l'unité transfrontalière du site et des logiques complexes (physiques, socioculturelles, patrimoniales) qui soudent les deux versants, ma démarche vise à saisir la complexité des dynamiques locales en faisant le choix de les explorer plus en détails en me concentrant sur une aire plus restreinte. L'ethnographie préconisant une immersion longue dans un endroit pour en saisir toute la subtilité, les périodes de temps plus courtes consacrées à ce terrain nécessitaient de cibler des localités. C'est pourquoi j'ai choisi d'enquêter dans les deux communes françaises qui portent principalement le site classé sur ce versant : **Gavarnie**, réputée pour être un haut-lieu touristique (mondialement connu pour son cirque glaciaire et sa cascade) et **Gèdre**, et plus précisément dans son hameau nommé **Héas** (voir carte n°3 page 13). Héas est présenté dans la littérature du Patrimoine mondial comme un lieu exemplaire du versant français pour illustrer la notion de « paysage culturel vivant » telle que la définit l'Unesco (*e.g.* Bellefon *et al*, 2000 ; Rapport ICOMOS, 1999). Ce hameau est aussi la seule partie du périmètre classé qui soit habitée. À l'inverse, le village de Gavarnie (*i.e.* la partie habitée du territoire communal de Gavarnie) se situe en bordure du périmètre classé : il en est une porte d'entrée. Héas est difficilement accessible en hiver car l'unique route est fermée par arrêté municipal et n'est pas déneigée. Le hameau est donc faiblement fréquenté à cette saison à la fois par les touristes et par ses propres habitants. Ces derniers vivent pour la plupart dans leurs résidences hivernales, plus en aval, de

²² Exceptée la station de Stora Sjöfallet qui est ouverte en continu toute l'année depuis 2011.

novembre à avril. J'ai choisi de séjourner à Héas pour une partie de mon terrain estival afin de nuancer l'enquête menée principalement à Gavarnie le reste du temps. Gavarnie est un pôle d'attraction touristique lié à la forte notoriété de son paysage monumental de cirque glaciaire. Gavarnie et Gèdre portent ensemble l'essentiel du territoire Unesco du versant français. Elles forment également une communauté de communes (Gavarnie-Gèdre) qui administre de manière concertée les diverses questions relatives au développement local et *a fortiori* celles liées tourisme. L'étude de ces deux localités est motivée par leur rôle d'interface, formant une sorte de ceinture de vascularisation touristique du site, dans le périmètre duquel les infrastructures touristiques sont très peu nombreuses. L'activité s'orchestre donc *a fortiori* dans cette périphérie directe, aux portes du site, là aussi où la population locale vit. C'est dans cet espace d'interaction que j'ai mené l'essentiel de mes enquêtes de terrain, dans les petits villages et hameaux de montagne où l'activité touristique est partie intégrante de la vie des sociétés locales. Cependant, une ouverture sur la région élargie a permis de contextualiser mes observations et de m'entretenir avec des acteurs influents basés dans les villes voisines, comme par exemple les bureaux du Parc, à Luz-Saint Sauveur et à Tarbes, ou dans la vallée voisine de Cauterêts.

Mes choix d'enquêtes de terrain sont donc dominés par le ciblage des espace-temps les plus denses de l'activité de tourisme dans les deux sites, choix motivés par la volonté d'opérer une lecture plus complète des enjeux touristiques dans la réalité des sites en saisissant les moments et les lieux où ils se manifestent plus intensément. Mes terrains combinent donc des stratégies d'enquêtes qui épousent les singularités de ces deux sites, se focalisant d'un côté sur les stations touristiques, et de l'autre sur les petits villages de montagnes, en gardant une focale importante sur les instances influentes à une échelle élargie.

3.2. Le recueil des données

3.2.1. L'observation participante

Si l'observation participante est une posture continue pour l'anthropologue en immersion sur son terrain (Malinowski, 1922, Olivier de Sardan, 2008, Peneff, 2009), je l'ai mobilisée plus particulièrement pour investiguer des lieux et des situations d'interactions fortes et variées entre locaux et touristes. J'ai choisi ici de présenter successivement quelques unes de mes stratégies d'immersion pour mes différentes enquêtes, afin de donner à lire la teneur de mon corpus d'observations.

- L'office de tourisme : carrefour social et seuil de la visite touristique

L'office de tourisme est couramment la première étape de la visite touristique d'une localité. C'est en quelque sorte son seuil. C'est à ce titre un espace d'information majeur, mais c'est aussi un espace codifié, où chacun revêt un rôle bien défini. D'un côté, le personnel, majoritairement des habitants de la région, répond à un ensemble vaste et diversifié de questions d'ordre pratique ou informatif. De l'autre, le visiteur en quête d'information est glissé dans la peau du touriste en pénétrant cet office qui est spécifiquement dédié à améliorer et guider le déroulement d'une visite touristique. Outre donc une structure capable de fournir à l'enquête ethnographique de riches informations sur la mise en tourisme de la localité, l'office est un espace d'interaction majeur entre les visiteurs et le lieu visité. J'ai réalisé de nombreuses observations dans les offices de tourisme des collectivités locales qui portent les territoires labellisés, aussi bien dans le site franco-espagnol qu'en Suède. Durant mes enquêtes dans le site Pyrénées-Mont Perdu, j'ai été accueillie à l'office du tourisme d'un village du versant français. Je disposais d'un petit espace de travail (bureau) à l'étage et pouvais me déplacer librement dans cet espace et intégrer sa vie quotidienne. En me plongeant dans l'atmosphère du lieu, j'ai pu premièrement étudier son fonctionnement interne et deuxièmement observer les interactions qui se créent avec les visiteurs. J'étais en contact prolongé avec les employées de l'office chargées de l'accueil des touristes, la chargée de communication pour la station de ski et le directeur, qui sont devenus des informateurs privilégiés. Cela m'a permis d'approfondir mes observations sur la manière dont ils s'approprient et perçoivent leur travail à l'interface entre le lieu touristique et ses visiteurs, et comment ils influencent la manière de délivrer l'information et de présenter la région aux visiteurs. D'un point de vue méthodologique, l'office de tourisme constitue un espace privilégié pour mieux comprendre et observer ces logiques. J'ai pu appréhender les types de demandes formulées par les touristes et leur approche du lieu visité à travers cet espace qui est spécifiquement dédié au premier contact et à l'information à propos du séjour. Saisir cette interaction permet d'entrevoir d'un côté ce que les touristes connaissent ou non du lieu, ce qu'ils attendent de leurs séjours ou encore comment ils l'organisent, et de l'autre, comment les personnes en charge de l'accueil délivrent l'information pour répondre à cette demande et présentent l'offre touristique et le site.

L'office canalise plus particulièrement certains types de touristes : les moins spécialistes du lieu. Les demandes sont largement axées sur les aspects logistiques et organisationnels de la visite. Les statistiques produites par l'office de Gavarnie-Gèdre attestent cette tendance en montrant la prédominance des demandes qui concernent les activités (surtout des questions sur la randonnée), puis les questions d'hébergements et les conditions météorologiques ou l'enneigement en hiver. Il s'agit donc pour le personnel de délivrer une information d'ordre pratique, relativement répétitive,

qui prend un aspect quasi mécanique et systématique. Les interactions qui se créent au sein de l'office sont donc imprégnées par ces mécanismes qui cadrent la rencontre. L'enquête dans de tels espaces est aussi largement enrichie par l'étude des ressources documentaires qui y sont distribuées, qui jouent un rôle de présentation et de valorisation touristique de certains aspects du site. Elles participent à forger l'image du lieu en alimentant un imaginaire touristique et constituent un vecteur important de la canalisation des touristes dans la région, notamment en les conduisant vers les sites à voir.

- Immersion dans des structures collectives d'hébergement – gîtes, refuges, stations

La préparation de chaque terrain passe par une phase logistique et notamment la recherche d'un hébergement. C'est une phase similaire à la préparation du séjour par les touristes, qui discriminent des critères en fonction de leurs propres exigences (coût, localisation, confort, habitudes, etc). C'est une occasion, comme le préconise Grabrun (2002), de se glisser dans la peau d'un touriste et d'auto-ethnographier sa démarche. La randonnée pédestre est une activité de tourisme majeure pour les deux sites et de nombreuses structures d'hébergement dans les sites ou à leurs abords sont conçues autour de la demande générée par cette activité. J'ai cherché à m'immerger dans ces structures d'hébergement, pour y développer des observations sur leur fonctionnement et leur rôle dans l'expérience touristique, mais aussi pour favoriser le cadre d'une rencontre féconde avec les touristes et le personnel de ces structures. J'ai donc contacté les différentes structures d'hébergements collectifs des localités étudiées (gîtes de groupes, refuges, campings, stations de montagne), en expliquant aux gérants ma démarche de recherche et ma volonté de séjourner dans chaque structure pour une durée prolongée (plus longtemps qu'un séjour touristique classique). Je mentionnais ma volonté d'être en contact avec les touristes qui partageraient ces hébergements et la possibilité pour moi de les interroger. Vivant au rythme de ces structures, j'ai parfois pu tisser des liens plus étroits avec leurs gérants ou certains touristes de long séjour (une semaine), qui sont devenus des informateurs clés.

Pour illustrer brièvement cette posture d'enquête par immersion, j'évoquerai d'abord mon séjour de plusieurs semaines dans un gîte de groupe pyrénéen, puis mon expérience d'immersion dans les stations et refuges de montagne en Laponie. Aménagée dans une ancienne grange, la structure pyrénéenne joue sur l'« authenticité » d'un gîte rural de montagne, avec de nombreux symboles et objets de décoration rappelant la vie pastorale en montagne. Les plats servis sont au cœur de cette logique : entièrement faits maison et copieux, les repas sont pris collectivement sur des grandes tables où groupes de touristes constitués et solitaires se retrouvent, selon les plans de table indiqués par les gérants. Cette pratique de placement, usuelle dans les refuges qui offrent la demi-pension,

est importante dans la construction de la convivialité et des échanges entre hôtes (Cazenave-Piarrot, 2009). Été comme hiver, la soirée et en particulier le dîner sont les moments forts de la sociabilité pour les touristes, qui sont en montagne la journée. Ce sont donc ces moments que j'ai observés en y participant pour en recueillir l'essence.



Photo 4. Salle principale du gîte *le Gypaète* à Gavarnie (France), aménagé dans une ancienne grange rénovée. Des touristes sont attablés et discutent en attendant le repas du soir. Photo : F. Revelin

Dans Laponia, j'ai mobilisé cette posture d'immersion dans deux types d'infrastructures touristiques collectives : les stations de montagnes et les refuges, la station étant plus dense et mieux équipée que le refuge, ce qui permet aux touristes d'y séjourner plus longtemps. Les stations sont les structures les plus accessibles, constituant des seuils ou des étapes importantes pour la pratique de la randonnée dans la région. Tandis que les refuges sont des structures rudimentaires de petite taille, destinées à ponctuer la randonnée par différentes étapes. Les stations sont donc à la fois des lieux de passage et des lieux de séjour, alors que les refuges sont dédiées plus exclusivement au passage des marcheurs, qui restent rarement plus d'une ou deux nuits. En Suède, l'association *Svenska turistföreningen* (STF) détient le quasi-monopole de ce type de structures, où j'ai longuement séjourné lors de mes enquêtes dans Laponia. J'ai ainsi pu observer comment elles orchestrent et entretiennent une tradition de l'expérience touristique en montagne, en jouant sur la valorisation du plein air, de l'hébergement collectif modeste et de la pratique de la randonnée pédestre et à ski. Il existe des normes de conduites spécifiques à ce type d'hébergement et les touristes les connaissent ou les intègrent rapidement lorsqu'ils y séjournent. Dans la station de Stora Sjöfallet qui est gérée par une entreprise privée, mon immersion a fini par faire muer mon statut vers celui d'une employée

de la station. Cette station ne proposant pas d'hébergement collectif à bas prix, mais principalement des chambres privées assez onéreuses, je dormais dans ma tente et partageais avec les touristes les structures collectives destinées principalement à cuisiner et à prendre les repas. Après deux semaines de présence, on m'a proposé d'aider le personnel à servir au restaurant, faire la plonge et le ménage, en échange d'une chambre gratuite. Cette proposition a été suscitée par le fait que la gérante de la station trouvait inacceptable qu'une jeune étudiante seule dorme dans sa tente un soir de tempête. Grâce à cette expérience, j'ai accédé de l'intérieur au fonctionnement de la station, en partageant avec le personnel les rythmes dictés par le passage des touristes et les interactions avec eux. De la réalisation d'entretiens formels et de discussions informelles régulières, je suis passée à une relation plus proche avec le personnel de la station, avec qui je partageais en pair l'expérience du tourisme.



Photo 5. Une employée saisonnière à la réception de la station de Stora Sjöfallet, Suède. Photo : F. Revelin.

Soulignons ici que la pratique d'immersion et d'observation des hébergements collectifs en montagne a été particulièrement riche pour le travail d'analyse comparative entre les deux sites étudiés : ce sont en effet des espaces majeurs de la vie sociale du tourisme en montagne, qui sont d'une part fortement marqués par les spécificités de chaque aire culturelle et d'autre part suivent un système de codes très précis, relatif à la pratique touristique de la randonnée en général.

- Observer la médiation de l'expérience touristique de la nature

Loin de se construire uniquement dans les lieux d'hébergement ou d'information, l'expérience touristique en montagne se construit aussi largement à l'occasion de sorties dans la nature. Une partie de mes enquêtes consistait à tenter de saisir cette construction lorsqu'elle se manifestait et donc à enquêter sur ces sorties dans la nature. Pour cela, je me suis immergée dans des groupes de randonneurs et de promeneurs dans la nature, en favorisant des groupes où l'intervention d'un intermédiaire participait de la construction de cette expérience (un guide, un accompagnateur montagne, un agent du parc).

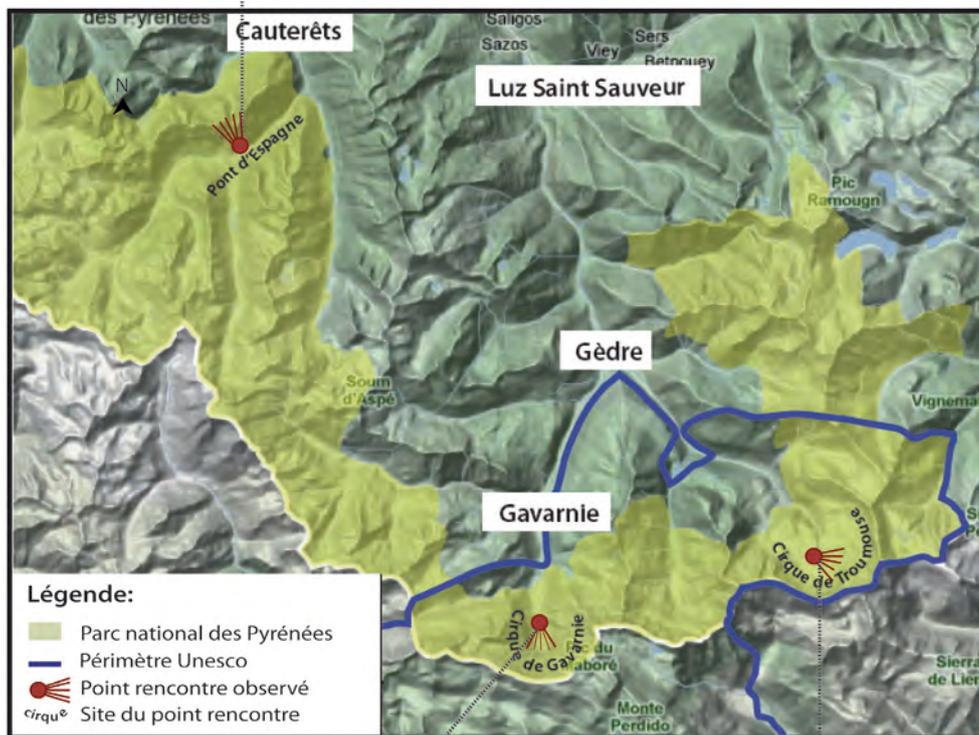
Dans ce contexte, une situation d'observation riche fut de participer à plusieurs points rencontres organisés par le Parc national des Pyrénées, dans le site Pyrénées-Mont Perdu. Ce sont des événements ponctuels planifiés différemment dans chaque secteur du Parc. J'ai sollicité les agents du Parc pour les accompagner et assister à trois points rencontres. Il s'agit d'une rencontre provoquée sur le terrain (dans la zone cœur du parc) entre un agent du parc et des touristes de passage à ce point. Elle vise à sensibiliser ces passants à l'observation de la faune environnante peu perceptible pour les non initiés. L'agent se poste durant deux heures à un point passager, près d'un sentier fréquenté et propose aux passants d'observer un animal sauvage à la longue vue. Cette situation me permettait donc d'observer d'une part le déroulement de ces rencontres, la posture des touristes et des agents dans cette médiation dédiée à l'observation du milieu naturel, et d'autre part les échanges qui s'y développaient entre touristes et l'agent du parc.

Dans ce type d'interaction, le médiateur, l'agent du parc, joue un rôle déterminant dans l'expérience du touriste. Il définit un cadre d'observation du milieu naturel, et même un objet (ou plutôt ici, une espèce). Dans les Pyrénées, les isards (*Rupicapra pyrenaica*) sont la cible privilégiée de ces points rencontre. D'abord, parce que leur dispersion sur le territoire est connue : ils sont faciles à localiser pour les agents et aisément observables à la longue vue, voire à l'œil nu. Ensuite parce qu'ils sont l'« espèce emblématique du patrimoine naturel pyrénéen » (site internet du Parc national des Pyrénées, 2011) et du Parc : une image d'isard est utilisée pour signaler la zone cœur du parc. Présenté aux touristes comme « le cousin pyrénéen du chamois des Alpes »²³, cet herbivore facilement observable est aussi valorisé pour sa typicité pyrénéenne. C'est donc, pour les touristes, l'espèce qu'il faut voir pendant sa visite des Pyrénées. Le parc provoque donc, *via* l'agent, une rencontre aléatoire sur le terrain avec ses visiteurs, dont l'objectif est d'éveiller une nouvelle approche du lieu chez les touristes, une approche plus naturaliste. On peut donc à travers la

²³ Expression utilisée par un agent : c'est à travers cette image qu'il expliquait aux touristes ce qu'est un isard.

participation à ces points rencontre observer comment le parc cherche à façonner l'expérience touristique et à drainer un tourisme davantage orienté vers la découverte du patrimoine naturel, et comment les touristes reçoivent cette action pédagogique.

Point rencontre Pont d'Espagne :



Point rencontre Gavarnie :



Point rencontre Troumouse :



Figure 4. Points rencontres entre des agents du Parc national des Pyrénées et des touristes pour observer des isards (*Rupicapra pyrenaica*). Photo : F. Revelin. Carte : Revelin (2013), d'après pnp.fr.

En Laponie, l'équivalent du point rencontre n'existe pas car les agents des Parcs nationaux, très peu nombreux, ne sont pas chargés d'une mission pédagogique. En revanche, nombre de situations mettent en scène un intermédiaire local dans les deux sites, en charge d'intervenir comme médiateur dans la découverte du site visité. Rôle classiquement assigné au guide, il se décline autour de différentes figures qui seront présentées plus en détails (accompagnateur, guide de haute montagne, intervenant ponctuel, *etc.*) et qui révèlent des approches spécialisées de la visite touristique d'un lieu. Les excursions guidées sont donc modelées par ces approches personnalisées, marquées à la fois par les caractéristiques propres au métier et par les sensibilités personnelles de ces intermédiaires au lieu. J'ai donc suivi des groupes guidés, ainsi que quelques groupes non guidés lors de leurs excursions pour saisir *in situ* les dynamiques en jeu dans cette expérience du lieu. Deux exemples d'excursions observées dans Laponia sont une sortie guidée par deux accompagnateurs professionnels ayant reçu une formation équivalente au diplôme français d'accompagnateur moyenne montagne, l'autre guidée par une femme samie. Dans le premier cas, le groupe comptait une quinzaine de personnes et avait été constitué spécialement pour cette excursion, en réponse à une offre proposée par une association gérant le tourisme. L'excursion suivait un parcours balisé et avait pour objectif de pratiquer la marche pour découvrir les alentours d'une station touristique. Dans le second cas, il s'agissait d'un groupe de deux touristes suédoises, séjournant une semaine chez une guide samie. Ces diverses immersions permettent de mettre en lumière deux approches différentes du milieu naturel et du paysage, orchestrées en partie par l'orientation qu'en donne le médiateur, répondant lui-même aux attentes des touristes. On saisit ici, d'un point de vue méthodologique, l'intérêt de s'immerger dans ces excursions dans la nature, qui donnent à observer les interactions complexes entre touristes, intermédiaires locaux, et lieu visité. Au cœur de l'expérience touristique, ces interactions sont constituées de confrontation et d'hybridations constantes entre des visions hétérogènes d'un même lieu.

Les diverses situations d'immersions et d'observations offrent la possibilité d'enrichir un corpus de données varié, qui dessine divers types d'interactions entre des acteurs locaux du tourisme – intermédiaires de l'expérience touristique - et des touristes. Les deux premières (offices de tourisme et hébergements collectifs) s'attachent aux dynamiques sociales de lieux intrinsèquement liés à la présence de touristes dans la région. Les secondes infiltrent des pratiques touristiques de la montagne et de la nature, façonnées par la rencontre entre des médiateurs locaux et touristes. Elles renseignent sur la construction des rapports au lieu, au paysage et à l'autre, qui émergent de ces situations.

3.2.2. Les entretiens

Un large corpus discursif a été recueilli auprès de nombreux informateurs rencontrés sur le terrain, et interrogés formellement dans le cadre d'entretiens semi-directifs enregistrés et retranscrits, et informellement, dans le cadre de discussions libres qui ont fait l'objet de prises de notes directes ou *a posteriori*. Si mon travail explore en priorité les perspectives endogènes relatives au tourisme dans des sites protégés et classés, j'ai choisi d'interroger aussi bien les acteurs locaux que de nombreux touristes rencontrés sur le terrain pour saisir une image plus complète des dynamiques interactives qui croisent perpétuellement sociétés locales et touristes. Comme je l'ai évoqué plus haut, il serait en effet inapproprié de tracer une frontière stricte et de préjuger d'une telle dichotomie. Au contraire, le terrain montre combien le panel est large et les catégories d'acteurs sont poreuses, entre ceux que je nomme habitants des sites – ou acteurs locaux - et ceux que je nomme touristes. Cependant, adopter une perspective endogène n'exclut pas de laisser réapparaître une telle distinction au sens où les catégories endogènes peuvent justement l'exprimer.

Pour restituer plus clairement au lecteur ce panel hétérogène d'informateurs, je les ai identifiés sur la base des activités majeures à travers lesquelles ils se présentent et se reconnaissent. J'ai donc conservé une distinction entre habitants et touristes pour restituer ce niveau de détail. Retenons enfin que les analyses présentées dans cette thèse sont construites sur l'ensemble de ces corpus de données, dont le recueil visait une approche au plus près de la diversité rencontrée, mais elles approfondissent plus particulièrement le matériel ethnographique renseignant sur l'expérience locale du tourisme et de l'interaction avec les touristes, c'est-à-dire les entretiens réalisés auprès des acteurs locaux.

3.2.3. Les interlocuteurs locaux

74 interlocuteurs locaux ont été interrogés en tout dans les deux sites, 37 par site ; le détail est donné dans les deux *tableaux de synthèse des entretiens auprès d'informateurs locaux* ci-après. L'unité utilisée dans ce tableau pour comptabiliser les entretiens fait référence à l'informateur ; ce tableau synthétique ne présente donc pas le détail de certains informateurs, qui sont rencontrés et interrogés plusieurs fois. L'essentiel des entretiens retenus dans ces tableaux correspondent à un matériel enregistré et retranscrit. J'ai également répertorié ici quelques uns de mes entretiens informels, qui n'ont pas été enregistrés pour diverses raisons (refus de l'enregistrement, mauvaises conditions donnant un enregistrement inaudible, ou rencontre spontanée ayant débouché sur un entretien) mais qui demeurent importants dans mon corpus.

Pyrénées-Mont Perdu

Profil informateur	Détails	Nb informat	Total
Office de tourisme, collectivités locales	Directeur OT Gavarnie-Gèdre, ancien secrétaire association MPPM*	2	8
	Employée des OT Gavarnie-Gèdre	1	
	Chargée valorisation et gestion station ski + communication	1	
	Maires et anciens maires de Gavarnie et de Gèdre	4	
Entrepreneurs du tourisme	Gérants de campings, gîtes, chambres d'hôte, hôtels, gardiens de refuges, loueurs de montures	7	7
Guides et accompagnateurs	Guides de haute-montagne	2	5
	Accompagnateurs en montagne	3	
Parc national des Pyrénées	Chef de secteur Luz-Saint-Sauveur: partie Unesco du Parc	1	7
	Directeur du Parc national des Pyrénées et responsable développement durable	1	
	Agents du Parc (secteurs de Cautejets et de Luz)	5	
Patrimoine mondial	Initiateur du projet PMP et de l'association MPPM*	1	3
	Ancien garde du parc et adjoint maire Gèdre, adhérent MPPM*	1	
	Ancien maire Gavarnie ayant porté le projet	1	
Éleveurs impliqués dans le tourisme	Éleveurs ovins AOC et prestations touristiques (gîtes)	2	7
	Éleveurs ovins (non AOC) ou bovins et prestations touristiques	3	
	Éleveurs retraités et prestations touristiques	2	
Total			37

Laponia

Profil informateur	Détails	Nb informat	Total
Offices de tourisme, collectivités locales	Responsable de l'Office de tourisme de Gällivare et de Jokkmokk	2	6
	Responsable Marketing pour <i>Gällivare Lappland</i> et <i>Destination Jokkmokk</i>	2	
	Employés dans les offices de tourisme	2	
Entrepreneurs du tourisme	Gérants et employés de stations de montagne, service de transports (connexions en bateau et hélicoptère)	10	10
Guides et accompagnateurs	Guide de montagne et randonnées à chiens de traîneaux	2	2
Parcs nationaux	Responsable de la gestion des Parcs nationaux à l'Agence suédoise de la protection de l'environnement	2	2
Patrimoine mondial	Président du comité de pilotage de Laponia	1	5
	Acteurs impliqués dans le processus de négociation autour de la gestion de Laponia	4	
Samis liés à l'activité d'élevage rennin et impliqués dans le tourisme	Gérants d'un café	1	12
	Employées dans des stations de montagnes gérées par des non Samis	2	
	Employés et gérants dans des stations de montagne gérées par l'association Badjelanta Laponia Turism	5	
	Guides Samis travaillant en indépendants	4	
Total			37

Tableau 3 & 3 bis. Synthèse des entretiens réalisés auprès d'informateurs locaux dans Pyrénées Mont Perdu et Laponia (* Association « Mont Perdu Patrimoine Mondial », à l'origine de la labellisation du site)

Ce panel d'informateurs locaux identifiés selon six profils pour les deux sites favorise volontairement la diversité des acteurs, ce afin de saisir la variété des approches qui coexistent autour des enjeux du tourisme. Mes informateurs sont principalement des résidents actuels des sites ou de leurs périphérie proche (villages de Gèdre et de Gavarnie pour Pyrénées Mont Perdu, et districts de Gällivare et de Jokkmokk pour Laponia), ou bien dans quelques cas d'anciens résidents ou des acteurs extérieurs influents qui ont - ou ont eu - un rôle important vis-à-vis de la gestion du site. Il est évident que chacun des six profils d'informateurs ne correspond pas à une catégorie parfaitement homogène et regroupe au contraire des individus aux discours et visions nuancées et aux histoires de vies singulières. Les catégories retenues dans ces tableaux ont en effet pour principal objectif de donner au lecteur une photo claire et simple des personnes interrogées.

Par exemple, parmi les six profils présentés ici, celui des « entrepreneurs du tourisme » fait référence à un groupe hétérogène, regroupant des individus aux professions diverses, tels que commerçants de souvenirs, commerçants d'artisanats, loueurs de montures, gardiens de refuges, hôteliers restaurateurs, ou encore employés dans des gîtes, employés de stations de montagne, pilotes d'hélicoptères, etc (cf. détail des profils dans les tableaux). J'ai fait le choix de conserver sous le même chapeau ces informateurs aux profils hétérogènes et aux discours parfois très différents voire opposés, mais qui présentent malgré tout une continuité du point de vue de leur rapport au tourisme : 1) leurs activités professionnelles sont basées sur une interaction directe et à dominance commerciale avec les touristes et ces personnes vivent souvent du tourisme comme activité majeure (sauf pour quelques cas où il s'agit d'emplois saisonniers), 2) ces interactions sont au cœur de leur activité professionnelle et se produisent très majoritairement dans des structures touristiques dédiées. Cependant, j'ai choisi de distinguer cette catégorie de celle des guides et accompagnateurs, et de celle des agents des offices de tourisme. Dans le premier cas, j'ai considéré le degré de spécialisation de l'activité : les guides et accompagnateurs ont une interaction très spécifique avec certains touristes (clientèle ciblée) jouant un rôle d'intermédiaire et d'accompagnateur sur le terrain, pour les guider individuellement ou en groupe dans les sites. Dans le second cas, j'ai considéré que l'office de tourisme était difficilement séparable des mairies : ces deux structures sont intrinsèquement liées, les municipalités gèrent, financent et orientent les offices. Ces structures fournissent un service public d'information (gratuit), constituant la vitrine des communes. Elles suivent donc la politique des communes tout en fédérant l'offre touristique privée²⁴. Les personnes

²⁴ Nous verrons que les offices de tourisme développent des plateformes pour centraliser toute l'offre touristique locale et fournissent des services dans le processus de réservation des séjours et de certaines activités pour les touristes, gérées par des structures privées.

travaillant dans ces structures sont avant tout des employés municipaux, et travaillent à promouvoir le tourisme dans la région.

Enfin toujours par souci de clarté, j'ai parfois choisi de rattacher un informateur à un profil estimé le plus pertinent au regard du tableau de synthèse, alors même qu'il présente un profil plus polyvalent dans la réalité, preuve de la porosité des catégories. Le cas de l'ancien maire de Gavarnie est parfaitement illustratif de ce choix : informateur aux multiples casquettes, éleveur, porteur du projet Unesco et maire moment de labellisation, prestataire de services touristiques (loueur de monture et de gîtes touristiques), les entretiens avec lui abordent un large panel de questions et restituent la vision complexe d'un homme qui est (et fut) au cœur de nombreuses dynamiques locales. J'ai pris le parti de l'inscrire dans la catégorie « collectivités locales », qui reflète son rôle et ses visions de maire au moment de la labellisation, mais surtout parce que c'est la casquette qui lui est le plus fréquemment attribuée dans le village. Pourtant, l'analyse retiendra aussi ses discours sur son activité d'éleveur, de loueur de monture ou encore de fils d'un célèbre guide de montagne, parce que c'est bien l'ensemble de ces activités combinées qui font sens pour cet homme. La même logique s'applique à la catégorie des « guides samis travaillant en indépendants », qui auraient pu être classés sous le profil général « Guides et accompagnateurs », mais pour qui je souhaite ici souligner l'attachement à l'activité d'élevage et à leur identité samie auxquels ils s'identifient en premier lieu.

3.2.4. Les interlocuteurs touristes

Les entretiens réalisés auprès de touristes sont synthétisés dans les tableaux 3 et 4 ci-dessous, présentés selon les saisons des terrains (été et hiver). Chaque informateur ou groupe d'informateurs est désigné par ses pratiques touristiques dominantes dans le site que j'ai identifiées à travers mes observations et en les interrogeant. L'unité correspond cette fois à un entretien réalisé avec une personne (si elle ne fait pas partie d'un groupe constitué au moment de l'échange), ou avec un groupe constitué (famille, couple, amis, groupe organisé). Ce matériel ethnographique, je le rappelle, est mobilisé dans cette thèse comme un support pour mieux comprendre les rapports endogènes aux touristes ; il ne fait donc pas ici l'objet d'analyses approfondies.

Pyrénées-Mont Perdu

Profil informateur	Détails	Nombre entretiens	Total
Touristes été	Touristes fidèles au lieu	3	27
	Randonneurs itinérants HRP et GR 10	10	
	Randonneurs étoile ou hors GR et HRP	7	
	Groupes organisés avec accompagnateurs	2	
	Randonneurs alpinistes (but professionnel)	1	
	Tourisme familial mixte (activités variées)	2	
	Camping-caristes	1	
	Spéléologue	1	
Touristes hiver	Ski de randonnée	3	17
	Cascades de glace	2	
	Raquettes groupes organisé avec accompagnateur	2	
	Raquettes	1	
	Tourisme familial ski	6	
	Tourisme familial mixte	3	
Total			44

Laponia

Profil informateur	Détails	Nombre entretiens	Total
Touristes été	Touristes fidèles au lieu (Padjelanta)	2	37
	Randonneurs itinérants Kungsleden	8	
	Randonneurs itinérants Padjelantaleden	14	
	Groupes organisés avec guides	2	
	Randonneurs / alpinistes Sarek	5	
	Tourisme familial (activités variées/observation nature)	2	
	Pêche	2	
	Inlandsbanna, visite des mines (Gällivare/Jokkmokk)	2	
Touristes hiver	Ski de randonnée Kungsleden	4	11
	Ski de randonnée Sarek	3	
	Pêche, motoneige, repos	3	
	Motoneige sportive	1	
Total			48

Tableau 4 & 4 bis. Synthèse des entretiens réalisés auprès des touristes de Pyrénées-Mont Perdu (2010) et de Laponia (2008-2011)

4. Organisation de la thèse

Après une réflexion théorique basée sur une revue de littérature autour des questions du tourisme et des aires labellisées et protégées en première partie, cette thèse propose en seconde partie d'adopter une démarche ethnohistorique pour s'intéresser aux forces, aux enjeux et aux diverses activités qui ont façonné le développement de ces régions. Cette profondeur historique, combinée à une prise de recul géographique pour comprendre l'insertion des sites dans le contexte de régions plus étendues, visent à mieux saisir les formes actuelles du tourisme et leurs rapports aux autres activités de ces régions. Sont ainsi envisagés les liens multiples et complexes avec les questions de conservation de la nature, du développement d'activités industrielles et extractives et de l'agropastoralisme. Mieux comprendre ces dynamiques à l'œuvre du développement local nous permet d'aborder, en troisième partie, comment dans chacun de ces contextes spécifiques, on a abouti dans les années 1990, à la candidature de certaines zones pour devenir des sites du Patrimoine mondial. Cette troisième partie s'intéresse en particulier aux acteurs locaux qui se sont impliqués - ou ont pris position - dans les processus de labellisation des sites. Elle cherche à comprendre les diverses visions des régions charriées autour de ces initiatives, et les diverses conceptions du développement local dont elles sont porteuses. Une attention particulière est portée à la place des enjeux touristiques dans la mise en mouvement des acteurs autour de ces processus. Enfin, la quatrième partie s'intéresse au développement contemporain du tourisme dans les sites, en se concentrant davantage sur l'étude du cas de Laponia. Elle traite des pratiques, des discours et des représentations des acteurs locaux qui s'impliquent dans cette activité afin de comprendre leur rapport au tourisme, en tant que phénomène, mais aussi aux touristes en tant que sujets qui participent de ce phénomène. Le rapport entre tourisme et agropastoralisme - activité traditionnelle des populations locales dans les deux sites – fait dans ce contexte l'objet d'une attention particulière.

PARTIE I.

L'INVENTION DU TOURISME ET DE SES SITES

Qu'est ce que le tourisme ? L'Organisation mondiale du tourisme²⁵ (OMT) ou *World Tourism Organization* (WTO), institution des Nations Unies chargée de « la promotion d'un tourisme responsable, durable et accessible à tous » (site officiel de l'OMT / WTO, 2012) le définit ainsi :

« The activities of persons travelling to and staying in places outside their usual environment for not more than one consecutive year for leisure, business, and other purposes²⁶ ». (OMT/WTO, 2002)

Comme le souligne cette définition générale, l'idée de mobilité par rapport à un environnement quotidien est essentielle. Elle constitue la base des définitions qui cherchent à caractériser les différentes formes et dimensions du tourisme. Néanmoins, la mobilité ne suffit pas à elle seule à comprendre ce qu'est le tourisme. La définition ci-dessus résulte d'une approche statistique du tourisme ; elle vise à appréhender un phénomène devenu global, qui meut des millions d'êtres humains et représente une puissante industrie et un secteur économique majeur, en particulier depuis les années 1990²⁷.

Ainsi, le tourisme renvoie à des dimensions aussi variées que les comportements humains liés à la mobilité, les ressorts d'une des plus grandes industries du monde, ou les stratégies et les politiques de développement. Il transcende les trois secteurs de production de biens et de services (primaire, secondaire et tertiaire) et est devenu, au cours du XX^e siècle, un élément essentiel de la fabrique de la vie économique, socioculturelle et environnementale presque partout dans le monde (Fennell, 2007). Face une telle ampleur, on conçoit dès lors la difficulté de définir le tourisme. Se voulant générale, la brève définition de l'OMT nous renseigne finalement assez peu sur l'identification plus fine du tourisme et du touriste, ou plutôt *des* tourisms et *des* touristes.

Cette première partie a pour principal objectif d'apporter des éléments sur ce point. En m'appuyant sur la littérature scientifique qui traite du sujet, je m'efforcerai d'appréhender les spécificités des différentes formes de tourisms qui se développent et coexistent dans des sites tels que ceux que

²⁵ L'OMT est entrée en fonction en 1974.

²⁶ Traduction : « Les activités des personnes voyageant ou restant dans des lieux en dehors de leur environnement habituel, pour pas plus d'une année consécutive de loisirs, affaires, ou autres motivations ».

²⁷ Le tourisme devient dans les années 1990 un des secteurs économiques les plus importants avec le pétrole, et le premier employeur au monde (Honey, 2008).

j'étudie.

Le premier temps de ma réflexion s'appuie sur une approche socio-historique. Il s'agit de cerner la genèse du tourisme : comment est-il apparu ? Comment évolue-t-il et se diversifie-t-il ? A quelles valeurs de la société est-il associé ? Faire l'état des lieux de ces questions d'un point de vue général et à l'échelle globale (principalement dans le monde occidental) est l'objectif du **premier chapitre**.

Dans le **deuxième chapitre**, je m'intéresse plus spécifiquement à la question des rapports entre tourisme et nature, et m'attache à caractériser les formes de tourisme qui se développent dans des sites naturels et en particulier dans des aires naturelles protégées. Je traite notamment la question des usages et des valeurs touristiques de la nature. Ce chapitre met l'accent sur la place de la conservation de la nature, notamment en abordant la littérature scientifique qui traite des liens entre tourisme et parcs nationaux et entre tourisme et sites du patrimoine mondial.

Chapitre 1

Des origines occidentales du tourisme à sa critique sociale

1. Une pratique distinctive

1.1. Le *Grand Tour* des Anglais

L'invention du tourisme s'inscrit dans les transformations des sociétés européennes de la fin du XVII^e siècle (Cousin & Réau, 2009 : 7) et s'enracine dans la pratique du *Grand Tour* britannique. Il s'agit pour de jeunes anglais érudits, issus de la noblesse, de voyager en Europe dans le but de se cultiver et d'achever leur éducation en allant découvrir et observer ce qu'ils ont appris de manière livresque (Boyer, 2005). À l'origine, faire le *Grand Tour* est une pratique distinctive, propre aux jeunes aristocrates britanniques et rapidement imitée par leurs homologues européens. Il s'agit tant d'un rite de passage signifiant l'acquisition d'une éducation classique que d'une expérience singulière du monde dans une société alors peu mobile - expérience qui confère une sagesse²⁸ permettant d'asseoir une position sociale :

« These travelers were in search of worldiness and a culture that would mark out their right to rule ». (Butcher, 2003 : 34)

Ceux qui font le *Tour* se voient qualifiés par néologisme de « *tour-ist* » à partir du XIX^e siècle. Le terme *tourist* apparaît d'abord en anglais, sous la forme d'un adjectif, pour qualifier « le voyageur anglais riche et curieux, qui, avec son guide (livre), visite ce qui doit être vu – *videnda* (en latin) ou *sight-seeing* (en anglais). Il s'agit non de découvrir, mais de reconnaître des « lieux repérés » (Boyer 2002 : 394).

L'apparition du terme « *tourist* » dans la langue anglo-saxonne au XIX^e siècle marque concrètement l'ancrage de l'idée de la pratique du tourisme en Europe, comme Jean-Didier Urbain (1991) le souligne :

« Le passage dans le vocabulaire d'une réalité nouvelle ou ancienne témoigne de sa reconnaissance sociale ou de l'enregistrement de sa différence ». (Op.cit. : 41)

²⁸ Idée évoquée dans la citation à travers le terme anglais « worldiness », qui fait référence aux qualités acquises (sagesse, érudition) par l'expérience du monde et le dépaysement.

En France, l'usage du terme « touriste » se démocratise vers 1840, après la publication de l'ouvrage littéraire *Les mémoires d'un touriste* de Stendahl (1838). Les touristes donc, dans le langage commun, sont les gens qui pratiquent le tourisme, *i.e.* qui font le *Tour*. L'apparition du terme *touriste* est antérieure à celle du terme *tourisme*, ce qui atteste dans les faits comme dans les esprits de la « préexistence du sujet vis-à-vis du phénomène » (Urbain, 1991 : 41). Cette précision qui distingue touriste et tourisme peut sembler anodine. Elle est pourtant importante pour comprendre la genèse du tourisme et surtout très pertinente lorsqu'il s'agit d'en aborder l'analyse et d'éviter les confusions. Le tourisme est un phénomène et les touristes sont les individus qui participent à ce phénomène. Comme le soulignent Simone Abram et Jacqueline Waldren (1997) en introduction de leur ouvrage intitulé *Tourism and tourists*, il s'agit donc de deux niveaux qui sont intrinsèquement liés. Etudier le tourisme implique par conséquent de considérer ces deux objets distincts mais combinés - le tourisme et les touristes - qui se comprennent conjointement.

1.2. La quête de sens

C'est à partir du XIX^e siècle que s'épanouit cette nouvelle pratique de mobilité, liée aux recompositions sociales et aux progrès techniques qui transforment les sociétés d'Europe occidentale, et en particulier au développement des transports. La quête de sens a un rôle essentiel pour les élites qui pratiquent alors le voyage : l'idée que l'histoire a un sens, notamment, pousse les premiers voyageurs de plus en plus loin vers les vestiges des civilisations anciennes (égyptienne, grecque ou romaine, et à ce titre, Rome devient la destination phare du *Grand Tour*). Sous l'influence du Romantisme, la nature devient aussi une destination privilégiée : la montée du sentiment et de la fascination pour la nature conduit les voyageurs à rechercher un monde préhumain, où s'observe et se contemple l'histoire naturelle (Viard, 2000). Les aménités et les beautés de la nature sont au cœur des motivations de ces nouveaux voyageurs, de plus en plus nombreux, comme le décrit alors le célèbre géographe Elisée Reclus (1866), qui observe à l'époque ces transformations de la société :

« Il se manifeste depuis quelque temps une véritable ferveur dans les sentiments d'amour qui rattachent les hommes d'art et de science à la nature. Les voyageurs se répandent en essaims dans toutes les contrées d'un accès facile, remarquables par la beauté de leurs sites ou le charme de leur climat ». (Reclus, 1866 : 352)

A l'origine donc, le tourisme fait référence à une pratique distinctive occidentale, inventée par les touristes britanniques à partir du XVII^e siècle, et qui s'épanouit en Europe au XIX^e siècle au rythme du développement des transports.

2. Une construction sociale du regard du touriste

2.1. *Sight-seeing* - voyager pour aller voir ce qui doit être vu

Pour les premiers touristes, quitter leur environnement quotidien, voyager, n'est pas forcément synonyme de plaisir et de facilité. Au contraire, il s'agit souvent d'une entreprise difficile, caractérisée par l'inconfort et le risque. Les voyageurs doivent endurer de longs déplacements et sont confrontés à la fatigue physique voire aux maladies. L'expérience est éprouvante tant à travers les difficultés liées à la mobilité que par ce que l'on découvre en voyageant :

« [A propos du XVIII^e siècle] Les voyages étaient des aventures souvent éprouvantes par la durée qu'imposaient des voies de communication peu confortables et par le spectacle auquel le regard accédait : à travers les fenêtres des diligences, ce n'était pas seulement la nature que l'on découvrait, mais des populations, la plupart du temps misérables. [...] Lorsqu'il s'agissait de franchir des montagnes, le spectacle devenait parfois insupportable car aux scènes de misères s'ajoutaient la peur des éboulements, des chemins mal carrossés longeant des précipices aux torrents impétueux, proches des neiges éternelles et des glaciers ». (Luginbühl, 2012 : 199)

La construction étymologique du terme « *travel* » (voyage en anglais) incarne ce caractère éprouvant : forgé dans le sens du terme français « travail », « *travel* » renvoie à l'origine à cette idée d'un engagement important. Comme le souligne Catherine Bertho Lavenir (1999), il a donc fallu « convaincre le voyageur de voyager », de visiter des destinations lointaines et mettre en désir des lieux jusque là pensés comme hostiles :

« On ne devient pas touriste naturellement, c'est un apprentissage insensible, parfois inconscient, éminemment social ». (Op.cit. 1999 : 9)

Dès l'origine de la pratique de cette forme de mobilité, une culture du tourisme se constitue et façonne, et même norme, des manières de voyager, élisant par là même des sites privilégiés – voire incontournables. Le *Grand Tour* notamment a ses étapes et ses sites de prédilection, dont Rome est l'ultime. Le touriste voyage pour aller voir quelque chose, mais pas n'importe quoi : il va *reconnaître* et *visiter ce qui doit être vu* – idée traduite par le terme anglais de « *sight-seeing* » évoqué plus tôt. Née avec le tourisme, c'est une pratique essentielle des touristes, un « rituel » inventé par les sociétés modernes (MacCannell, 1976). Bien qu'il ait évolué avec le temps et les contextes socioculturels, le *sight-seeing* reste structurant dans cette culture du tourisme qui élabore des modèles de comportement à la fois sociaux et moraux. Un exemple qui nous permet de saisir facilement cette idée est celui de Paris :

« If one goes to Europe, one must see Paris ; if one goes to Paris, one must see Notre Dame, the Eiffel Tower, the Louvre ; if one goes to the Louvre, one must see the Venus de Milo and of course, the Mona Lisa ». (MacCannell, 1976 : 43)

Ce qui est important ici, c'est l'idée de "must see" – « doit voir ». Et à travers ce *must see* qui anime les touristes, le *sight-seeing* manifeste également une dimension prescriptive : il crée des sites repérés qui deviennent des destinations et des attractions touristiques, rendues identifiables par ce que MacCannell (1976) nomme des « marqueurs » (c'est-à-dire des informations à propos du site), et que la pratique du tourisme amène à aller reconnaître. De manière plus générale donc, une destination touristique est « un lieu dont la mise en visite a été construite socialement » (Viard, 2000 : 79) et c'est précisément dans cette construction que le tourisme pionnier joue un rôle important : il génère une mise en désir de lieux, de couleurs, de climats, qui évolue avec les époques et les grands changements de la société (*ibid.*).

En somme, le tourisme a une force reproductrice qui s'exerce à travers l'identification de sites « à voir » qui attirent à leur tour des touristes motivés par cette conscience sociale d'aller voir ces sites « méritant d'être vus ». MacCannell (*ibid.*) pousse plus loin cette idée en concluant que le tourisme œuvre comme une force unificatrice des sociétés modernes, en amenant les gens à définir collectivement des lieux, des événements ou des symboles qui sont considérés comme importants et remplis de sens, et qui deviennent des éléments « à ne pas manquer ».

2.2. *Tourist gaze* – le regard du touriste

La société occidentale a donc fabriqué le tourisme, phénomène comprenant des pratiques spécifiques liées à la mobilité, et révélateur d'une vision du monde, de sens et de valeurs associés au voyage. Les touristes ont à la fois conscience d'une altérité qui les entoure (un monde à découvrir - à aller voir) et manifestent activement le désir de rencontrer cette altérité, d'en faire l'expérience à travers le voyage. Le tourisme est ainsi porteur d'une vision particulière : les touristes regardent le monde (ou plutôt ce qu'ils en visitent) à travers cet ancrage dans la recherche d'altérité. C'est l'idée centrale des travaux de John Urry (1990 [2002]), idée conceptualisée à travers l'expression de « *tourist gaze* » (regard du touriste), inspirée du concept foucauldien de « *medical gaze* » (« regard clinique » en français) (Foucault, 1963). Pour Urry, le *tourist gaze* se définit par contraste avec toutes les autres formes d'expérience sociale et de conscience qui existent dans la vie quotidienne en dehors du tourisme :

“Part of that experience is to gaze upon or view a set of different scenes, of landscapes or townscapes which are out of the ordinary. When we ‘go away’ we look at the environment with interest and curiosity. It speaks to us in ways we appreciate, or at least, we anticipate that it will do so. In other words, we gaze at what we encounter. And this gaze is socially organized and systematized [...] There is no single [tourist] gaze as such. It varies by society, by social group and by historical period. Such gazes are constructed through difference. By this, I mean not merely that there is no universal experience that is true for all tourists at all times. Rather the gaze in any historical period is

constructed in relationship to its opposite, to non-tourist forms of social experience and consciousness”. (Urry, 2002: 1)

Le regard du touriste est donc tout à la fois une forme d'expérience singulière et intime (sensorielle) du monde et le fruit d'un construit social, qui évolue. Il influence les pratiques des touristes et l'évolution des tendances du tourisme dans la société, tout en étant lui-même façonné par les changements sociaux qui transforment les sociétés occidentales.

3. Une démocratisation massive

3.1. Valoriser le temps libre : l'invention des congés payés

Élitiste à l'origine, le tourisme se démocratise progressivement en se répandant par phénomène d'imitation à travers les diverses couches sociales de la société occidentale, en particulier à partir du XIX^e siècle (Boyer, 2002). Mais le tourisme connaît surtout une forte croissance et des mutations importantes au cours du XX^e siècle. On cite souvent l'apparition des premiers congés payés à la fin des années 1930²⁹, et par conséquent la massification des départs en vacances, comme l'élément catalyseur le plus fort qui symbolise une transition entre société de travail et valorisation des loisirs, de l'oisiveté et des vacances, et qui conduit à la densification du tourisme (même si le tourisme existait bien avant l'invention des congés payés). Dean MacCannell (1976) parle même de transition entre « société industrielle » et « société moderne » dont le tourisme est révélateur, et où le travail change de statut. Ce dernier devient lui-même un objet de curiosité touristique :

« Wherever industrial society is transformed into modern society, work is simultaneously transformed into an object of touristic curiosity ». (Op.cit. : 6)

La seconde moitié du XX^e siècle en particulier connaît une montée en puissance du phénomène. Démographiquement, on assiste à une explosion du nombre des touristes parcourant le monde : de quelques dizaines de millions après la Seconde Guerre mondiale, les arrivées de touristes internationaux comptabilisées par l'Organisation mondiale du tourisme atteignent 983 millions de touristes en 2011 (OMT, 2012). Les touristes, essentiellement originaires des pays riches du nord, parcourent des distances de plus en plus longues et explorent des régions géographiques de plus en plus éloignées de leur lieu de résidence, ce grâce à l'évolution des moyens de transports, en contenance, en vitesse, et en accessibilité (Escourrou, 1993). L'avion est un élément clé de l'accélération rapide que connaît le tourisme durant cette période : les premiers vols disposant d'une

²⁹ 1936 en France et 1938 en Suède pour ne citer que les pays de nos terrains d'étude.

« classe tourisme » sont mis en place en 1948 (Honey, 2008). Dès lors, les mobilités à l'échelle du globe deviennent de plus en plus denses et le nombre de touristes croît de manière exponentielle. Devenant un phénomène d'ampleur mondiale, qui meut des millions d'individus vers toutes les régions du globe (y compris à ses confins les plus hostiles – l'Antarctique par exemple, et même au-delà avec la naissance du tourisme spatial), le tourisme est finalement très lié à la mondialisation : il en est la fois un produit et un moteur.

3.2. Des masses de touristes

A partir des années 1970, cette explosion du tourisme international fait naître un nouveau qualificatif : le tourisme « de masse ». La *masse* fait dans un premier temps référence au nombre (beaucoup de touristes au même endroit) et dans un second temps à des valeurs liées à sa marchandisation. Le « *package tourism*³⁰ » est un symbole fort (Butcher, 2003) : il s'agit de séjours organisés qui se vendent massivement et conduisent à des concentrations de touristes dans certaines zones et à certaines saisons. Les fameux quatre S, « *Sea, Sun, Sand and Sex* » caractérisent la forte tendance à l'héliotropisme de ce tourisme de masse et le développement de stéréotypes autour des symboles forts qui sont associés aux formes de déviance morale qu'il génère (tourisme sexuel, drogue, etc). Le *package tourism* s'est amplifié au cours des quarante dernières années sous l'effet du développement des vols charter bon marché, qui a démocratisé l'accès à ce type de produits de tourisme organisé, en particulier pour les populations des pays développés du nord (Butcher, 2003).

Le tourisme de masse peut aussi se comprendre à travers les valeurs qui lui sont associées dans la société qui l'a fait émerger et peut être considéré comme un modèle de consommation de masse propre à la « société de consommation » (Baudrillard, 1970) :

« Mass tourism is an exemplar of mass consumption in modern, industrial mass society [...]. Ideas of mass society developed in the latter half of the nineteenth century. They reflected the reality of industrialization, large conglomerations of people in cities and an attendant fear of the masses ».
(Butcher, 2003: 23)

Dans la société occidentale, ce type de tourisme a souvent des connotations péjoratives : il renvoie à l'idée de foule, de désordre, de déni de l'individualité et de non respect des populations et des régions hôtes.

³⁰ On peut traduire « *package tourism* » par « tourisme de tours organisés ».

Finalement, la démocratisation du tourisme débute avec l'apparition des congés payés dans les années 1930 en occident. Le tourisme se massifie ensuite dans la seconde moitié XX^e siècle, à l'après-guerre, en lien étroit avec l'intensification des flux de transports, en particulier aériens.

4. Vices et vertus

A mesure que ce tourisme de masse se développe, ses conséquences négatives sont pointées du doigt, en particulier du point de vue environnemental et socioculturel (Stronza, 2001 ; Butcher, 2003 ; Lozato-Giotart, 2006, Holden, 2009). Très tôt, même avant son explosion, certaines critiques décrivent une dimension destructrice qui lui serait intrinsèque et qui lui conférerait finalement un caractère absurde :

« Le tourisme détruit le lieu touristique du seul fait qu'il y attire des foules et que le lieu (ville, paysage, musée) n'a plus d'autre intérêt que celui d'une rencontre qui pourrait se passer ailleurs, n'importe où ». (Lefebvre 1968 : 196)

Ce type de constat s'inscrit dans des travaux qui cherchent à évaluer les retombées et les conséquences du tourisme de masse et dont la production prolifère à la fin du XX^e siècle. Trois dimensions sont prioritairement abordées à ce sujet : environnementale, socioculturelle et économique.

4.1. Une activité anthropique qui dégrade l'environnement ?

4.1.1. Typologie des impacts environnementaux

Les concentrations massives de touristes dans les destinations les plus populaires sont accusées de causer des dégradations majeures et une vaste littérature aborde la question des impacts environnementaux du tourisme – en particulier ses impacts négatifs. Le tourisme est souvent cité parmi d'autres activités anthropiques modernes qui surexploitent les ressources naturelles :

« In many cases, popular vacation spots were becoming degraded as a result of human activities linked to industrialization. In the Adriatic Sea, algae blooms have made the water unappealing to swimmers. Beaches have become closed in England because of radioactivity, in New Jersey because of hospital waste, and in Haiti, because of sewage. In Canada, acid rain has depleted salmon stocks, threatening the closure of six hundred fishing lodges. In some instances, such damage is caused by uncontrolled mass tourism; in others, by industrialization, overexploitation of natural resources, consumerism, and other forms of 'unsustainable' development that characterizes contemporary Western civilization' ». (Honey, 2008: 11)

Le tourisme de masse est à la fois responsable de dégradations environnementales significatives, et victime de ces dégradations (Holden, 2009). Il manifeste par là une capacité à l'auto-annihilation : en

dégradant les qualités et aménités environnementales de certaines destinations (par exemple : construction abusive d'infrastructures près des plages entraînant des pollutions visuelles, sonores et physiques – *i.e.* pollution de l'eau), le tourisme peut détruire la raison d'être (touristique) de cette destination. Andrew Holden (2008 ; 2009) décompose trois grands types de dégradations environnementales directement attribuées au tourisme : celles liées à l'usage des ressources, celles liées au comportement humain et celles liées à la pollution.

Par usages des ressources, il entend par exemple la construction d'infrastructures, tels que des aéroports, qui absorbent des larges territoires, ou des pistes de ski qui entraînent la déforestation des flancs de montagnes. Ces usages liés au tourisme entrent souvent en compétition avec d'autres activités, et cela est particulièrement marqué pour les ressources en eau et la terre (par exemple le fait d'absorber des terres agricoles pour construire un aéroport). Ces usages conduisent souvent à des transformations des habitats écologiques et éventuellement à l'érosion de la faune et de la flore.

Du point de vue des dégradations induites par les comportements humains, Holden (2008) souligne qu'elles peuvent relever aussi bien des comportements des touristes que de ceux des populations hôtes, et recouvrir des comportements délibérément ou accidentellement nuisibles. Citons-en un exemple : le récif corallien de la plage Mombasa au Kenya subit des dégradations causées par le prélèvement de coraux par des habitants locaux qui vendent ces souvenirs aux touristes. Ces dégradations sont accentuées par les prélèvements effectués par les touristes eux-mêmes, mais aussi par des contacts accidentels tels que certaines maladresses des plongeurs.

Enfin les pollutions liées au tourisme représentent une part importante des effets néfastes imputés à cette industrie. Quatre grands types de pollutions sont répertoriés : aquatique, sonore, aérienne et esthétique. Il peut s'agir par exemple de pollution par des eaux usées non traitées qui sont rejetées directement dans le milieu naturel, en particulier dans certaines zones côtières. A titre d'exemple, Jenner & Smith expliquent en 1992 que dans le bassin méditerranéen, l'une des zones les plus touristiques du monde, seulement 30% des 700 principales villes côtières traitent leurs eaux usées avant de les rejeter à la mer. Ces pollutions sont à l'origine notamment de problèmes de santé publique et d'eutrophisation des milieux aquatiques. Les pollutions sonores renvoient aussi à un vaste panel d'activités : il peut s'agir par exemple de la densification du trafic aérien près de destinations touristiques prisées ou de la multiplication de boîtes de nuits dans les quartiers touristiques. Les pollutions esthétiques ont trait à la transformation des paysages, notamment en raison de l'implantation d'infrastructures. Souvent citée en exemple, la dégradation des paysages de montagne est associée à la construction de stations de ski comprenant des infrastructures pour loger les touristes et des saignées destinées aux remontées mécaniques et aux pistes de ski alpin. De tous

ces points de vue et en y ajoutant la pollution aérienne, l'industrie des transports liés au tourisme est souvent dénoncée comme une source majeure de dégradations. L'explosion des émissions de dioxyde de carbone est directement liée à cette mobilité du tourisme. Les transports aériens en particulier se multiplient à partir des années 1950, comme je l'ai évoqué plus tôt, et suivent la courbe de croissance du tourisme de masse, générant une pollution aérienne massive, mise en cause parmi les facteurs à l'origine du changement climatique (Glössling, 2010).

4.1.2. Un constat impliquant diverses visions de l'environnement

Cet inventaire non exhaustif donne un aperçu de l'ampleur des impacts environnementaux imputés au tourisme, et plus particulièrement à ce qui est caractérisé comme un tourisme de masse, qui tend à concentrer le nombre des activités et des personnes, et donc à décupler les conséquences associées. De cet inventaire relativement général, il faut surtout retenir l'ampleur du constat à la fin du XX^e siècle: le tourisme de masse devient clairement identifié comme une activité anthropique - une industrie - produisant des dégradations environnementales d'échelles et de formes multiples, mais somme toute importantes. Ce constat émane des expertises scientifiques qui s'attachent à mesurer les divers niveaux des impacts environnementaux du tourisme, des observations conduites par les gestionnaires en charge d'identifier des situations concrètes de développement touristique, ou à plus petite échelle de l'expérience individuelle ; tout un chacun est en effet capable de citer un exemple d'une observation personnelle, qu'il a directement identifiée comme une dégradation environnementale causée par l'activité touristique. Empiriquement, mes enquêtes de terrain ont fait ressortir ce constat à travers des situations, observées soit directement dans la zone en rapport à mes enquêtes, soit rapportée d'autres expériences afin de mettre en comparaison des situations vécues ou connues avec celles faisant l'objet de notre entretien. De nombreux témoignages sont ainsi riches d'observations personnelles : un Suédois critiquant l'érosion des sols due à une forte fréquentation d'un sentier de randonnée amplifiée par le ruissellement de l'eau qui n'est plus freiné par la végétation piétinée, un couple de français qui dénonce la présence d'un parking en zone de haute-montagne.

Il ressort deux points majeurs de ces constats qui relatent une relation négative entre tourisme et environnement. Le premier a trait aux représentations sous-jacentes à l'évaluation des impacts du tourisme, c'est-à-dire aux visions subjectives à travers lesquelles sont identifiés les effets du tourisme sur l'environnement. Regard scientifique, regard gestionnaire comme regard citoyen (et ce ne sont pas les seuls – regard politique, naturaliste, économique par exemple) sont façonnés et construits culturellement, et filtrent l'évaluation des impacts environnementaux du tourisme à travers cette subjectivité. Cela est lié au second point qui fait référence à la coproduction des

discours issus de ces observations du tourisme. Les échanges entre ces divers niveaux de regards et de sensibilité à ces question amènent à évaluer des coûts environnementaux du tourisme, qui *in fine*, alimentent une critique des impacts écologiques du tourisme (que je développerai plus en détails dans le chapitre 2), en particulier lorsque ces impacts excèdent un seuil pensé comme acceptable. Cette idée est résumée avec clarté par Holden (2009) :

« Our cultural constructions of nature will subsequently influence the range of values and sense of duty we attach to nature, determining our perceptions of the levels of acceptable change in the environment for the purpose of tourism ». (Op.cit, 2009: 27)

En pratique, nous verrons dans le prochain chapitre que cette critique qui évolue vers une critique des impacts environnementaux du tourisme donne lieu à la production d'indicateurs tels que la « capacité de charge » ou « limite du changement acceptable », qui visent à réduire les impacts écologiques négatifs du tourisme.

4.2. Dimension socioculturelle

4.2.1. De la question délicate de la folklorisation à l'étude du processus de « touristification » (Picard M., 1992)

Des conséquences d'ordre socioculturel sont aussi dénoncées, à la fois par l'opinion publique et par la communauté scientifique. Le risque de folklorisation des cultures locales est mis en avant comme effet majeur des transformations des communautés hôtes au contact du tourisme (Young, 1983 ; Cazès, 1989 ; Michel, 2006). Ce risque est accru lorsque le patrimoine culturel représente une ressource touristique importante pour la région et la population hôte, et lorsque finalement « l'identité devient un fond de commerce pour le tourisme » (Michel, 2006) :

« Lorsqu'un pays pauvre n'a que son héritage culturel à offrir aux visiteurs, le tourisme à tout prix ne peut mener qu'au folklore vidant la culture de son essence ». (Op.cit. : 58)

La mise en scène culturelle (danses, mythes, rituels, port des vêtements traditionnels) à destination des touristes tend à remplacer les valeurs intrinsèques des richesses culturelles par leur unique valeur marchande, et aboutit ainsi à une sorte de muséification de la culture qui ne valorise et ne maintient plus que les éléments d'intérêt pour les touristes. Young (1983) émet également l'idée que le tourisme détourne les populations locales de leur mode de subsistance traditionnel, basé sur le principe d'une autonomie économique, vers une activité subordonnée à des fluctuations extérieures.

Mais ces transformations ne sont pas issues uniquement des effets du tourisme sur une population et une culture qui les subirait de manière inerte, de même qu'elles ne présentent pas que des

dimensions négatives. Il s'agit au contraire d'un processus intériorisé par les populations locales, elles-mêmes actrices de ces mises en scène. Michel Picard (1984 ; 1992 ; 2010), au sujet de l'exemple emblématique de Bali, parle de « touristification » - processus à travers lequel le « tourisme culturel » fait émerger localement « une culture touristique ». En d'autres termes, l'intérêt des touristes pour la culture locale entraîne, dans un processus complexe d'intériorisation de cette demande par la communauté hôte, une mise en exposition de leur culture qui devient finalement la norme – et que l'auteur qualifie alors de « culture touristique ». A travers cette démonstration, il met en garde contre les dérives souvent trop faciles vers une approche en termes d'impacts, qui révèle finalement uniquement les coûts culturels et sociaux du tourisme, sans considérer ce processus par lequel une réalité socioculturelle se transforme en intégrant le tourisme (Picard M., 2010). De nombreuses études de cas relatent cette réalité et tendent à nous indiquer que pour répondre à la demande touristique, les autochtones subliment leur culture et la présentent aux touristes comme « parfaite » ou du moins exemplaire, si bien que la fiction (*i.e.* la mise en scène) dépasse finalement le réel et que ce « jeu » devient la réalité (voir notamment les exemples exposés par Franck Michel, 2006). David Picard (2012) esquisse à ce sujet une métaphore intéressante : celle d'un jardin humain. A partir de ses travaux sur le tourisme à l'île de la Réunion, il montre comment les insulaires « cultivent » leur culture créole tel un jardin humain, et jouent finalement le rôle de « fleurs humaines » pour répondre aux attentes des touristes. Igor Babou (2009) montre à travers un autre exemple comment une culture touristique s'est créée autour de la pratique de l'*Avistaje*, c'est-à-dire un tourisme de vision des baleines (*whale watching* en anglais), devenue une activité au cœur de la vie sociale des communautés de la Péninsule Valdès en Patagonie. Il décrit ainsi un processus à travers lequel une activité de tourisme de nature devient si forte dans une localité qu'elle devient centrale dans l'organisation sociale des communautés locales.

4.2.2. Valoriser une approche intégrative : l'ambition des sciences sociales

Finalement, ces interprétations des effets du tourisme d'un point de vue socioculturel nous permettent de mettre en exergue le fait que cette question - fortement marquée par le risque de folklorisation sans pour autant s'y réduire - doit être appréhendée avec circonspection. D'abord, elle présente le risque de glisser facilement vers une approche en termes d'impact, qui nierait ce processus de « touristification » à travers lequel les populations locales jouent un rôle actif dans les transformations de leurs cultures, en intégrant des recompositions de l'espace social ouvert au tourisme. Marie-Françoise Lanfant (1994) nous livre exemplairement son point de vue critique sur le sujet :

« La pente de ce champ d'études pourrait être facilement prise de traiter le tourisme comme une force exogène de changement venant du dehors détruire les identités territoriales et locales. Le tourisme, destructeur des cultures est un thème banal. La littérature sur ce thème, traitée sous l'intitulé 'l'impact social et culturel du tourisme international', est relativement abondante. [...] Nous dénonçons le système conceptuel sur lequel cette problématique de l'impact repose ; principalement, le fait qu'elle pense en termes d'extériorité les rapports tourisme et société, tourisme et culture locale, ce qui aboutit souvent à faire du tourisme un corps étranger et du touriste un intrus, un agent de contamination ». (Op.cit. : 435-436)

Elle insiste finalement sur l'importance d'une approche intégrative du tourisme, qui considère l'agencéité (*agency* en anglais) des acteurs, posture qui me paraît nécessaire lorsque l'on s'intéresse au rapport entre tourisme et société hôte:

« L'important est de donner à la société son statut d'acteur. Nous analysons l'activité touristique en termes de système d'action et de décision et le touriste en sa qualité de sujet comme un acteur à part entière de la société.

Il ne s'agit pas pour autant d'évacuer les problèmes que pose dans les sociétés locales l'intervention parfois massive de l'appareil de production/consommation touristique qui peut prendre aux yeux des sociétés réceptrices le sens d'une ingérence étrangère ». (Op.cit. : 436)

Il convient aussi de nuancer l'idée selon laquelle la folklorisation et la mise en scène culturelle seraient par essence des processus négatifs. Franck Michel (2006) montre au contraire que ce processus de folklorisation, même de muséification, permet dans certains cas de maintenir ou de revaloriser des spécificités culturelles des communautés autochtones qui tombent parfois en déshérence sous le poids de la mondialisation.

Ces précautions prises, les travaux sur le tourisme - même les plus critiques sur la notion d'impact - ne nient cependant pas l'existence de « coûts » socioculturels attribués au développement touristique et en particulier au tourisme de masse, et Michel (2006) conclue même que la norme de ces rencontres touristiques reste plus souvent dans un esprit plus proche du voyeurisme que de la rencontre interculturelle, s'apparentant parfois par certains aspects à des « zoos humains ».

Une autre grande critique dénonçant les vices du tourisme concerne la tendance à l'occidentalisation des cultures. Le tourisme est souvent présenté comme une nouvelle forme d'impérialisme (Nash, 1989), et même une forme de colonialisme et un produit de l'hégémonie du monde occidental, qui met particulièrement en lumière les différences entre les pays les plus riches et les pays les plus pauvres du monde (Reid, 2003). Cette critique procède d'un rapport Nord-Sud souvent mis en avant dans les flux de touristes internationaux : les touristes sont majoritairement des individus issus des

pays du nord développés et riches, qui ont les ressources nécessaires pour voyager et pour qui les pays plus pauvres du Sud constituent des destinations privilégiées et faciles d'accès. Le processus de densification des flux touristiques internationaux et la mondialisation ont donc favorisé ce mouvement, qui porte avec lui le modèle occidental et le diffuse comme référence auprès de ces pays récepteurs de touristes occidentaux. Mais là encore, Lanfant (1994), de son point de vue sociologique, met en garde contre des interprétations trop rapides qui réduisent tout un pan du système touristique :

« Le système d'action touristique n'est pas une force monolithique. Il serait vain de s'en saisir comme d'une puissance hégémonique et impérialiste perpétuant un néocolonialisme déguisé. Ce système est un ensemble de réseaux d'agents qui drainent quantité de motivations difficiles à cerner et qui, dans les situations concrètes, entrent souvent en contradiction. La mise en œuvre d'un projet touristique concerne toujours la multiplicité d'intérêts locaux et extra-locaux en concurrence ». (Op.cit. : 436)

Il me semble que ce qu'il faut retenir de ces critiques formulées autour de la question des vices socioculturels du tourisme, c'est qu'elles font émerger une réflexion épistémologique sur la manière d'aborder ces réalités complexes qui révèlent les forces de transformations dont le tourisme est porteur. Il me paraît pertinent d'insister sur ce cadre de réflexion et le recul qu'il préconise car ils fournissent des jalons intéressants pour aborder les interactions entre les populations hôtes et le tourisme. Et finalement, le tourisme de masse, accusé d'avoir par essence des effets néfastes importants parce qu'il constitue une forme concentrée de tourisme, a permis de mettre en lumière de manière très explicite ces phénomènes.

4.3. Des vertus économiques nuancées

Le tourisme jouit parallèlement d'attributs économiques avantageux : il est rapidement devenu une industrie mondiale influente et un modèle économique de développement. Présentant un potentiel important pour créer des richesses, il est de surcroît en expansion. Les projections fournies par l'Organisation mondiale du tourisme sur les évolutions envisagées pour les deux prochaines décennies ne font que confirmer cette tendance (voir figure 5).

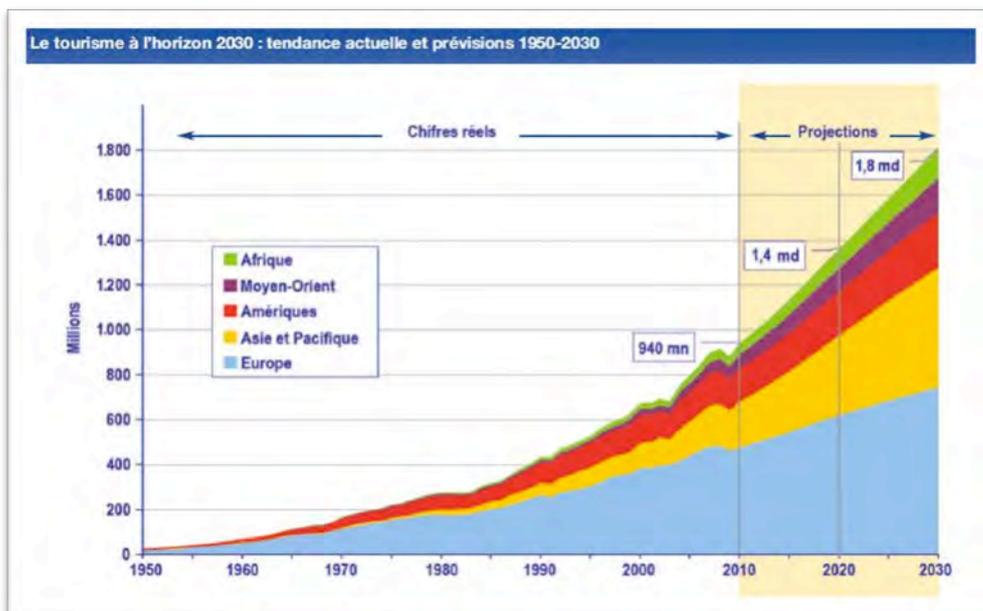


Figure 5. Chiffres réels des flux internationaux de tourisme de 1950 à 2010 et projection des évolutions à horizon 2030 (comptabilisés en nombre d'arrivées internationales). Source : OMT, 2012.

Le potentiel économique du tourisme est souvent cité comme un moteur de développement (Honey, 2008). Une synthèse récente indique que le tourisme est « l'une des plus grandes industries mondiales » qui se positionne au cinquième rang mondial en termes d'exportations après l'énergie, les produits chimiques, les équipements professionnels et télécommunications et les produits agricoles et que « le tourisme intérieur et international participe directement et indirectement à la formation de 9% du produit intérieur brut (PIB) mondial et à l'emploi de 250 millions de personnes dans le monde » (Caire, Le Monde Diplomatique, juillet 2012). Ces vertus économiques sont cependant à nuancer.

Bien qu'elle soit perçue comme un des moteurs majeurs pour favoriser le développement local des destinations touristiques, l'économie du tourisme est aussi source d'inégalités. Il est difficile notamment d'équilibrer les revenus du tourisme entre industrie émettrice (ressources qui restent dans le pays d'origine des touristes) et industrie réceptrice (ressources produites dans les

destinations), aspect qui vaut des critiques acérées au tourisme de masse, critiques finalement basées sur la dimension par laquelle il semblait par ailleurs briller le plus (l'économie) :

« These days, we are more prone to vilify or characterize conventional mass tourism as a beast, a monstrosity which has few redeeming qualities for the destination region, their people, and their natural resource base. Consequently, mass tourism has been criticized for the fact that it dominates tourism within the region, owning its non-local orientation, and the fact that very little money spent within the destination actually stays and generate more income ». (Fennell, 2007 : 4)

Le tourisme est aussi à l'origine, dans les pays d'accueil, de phénomènes importants de spéculation et d'inflation, aggravant les inégalités.

Finalement, le tourisme de masse est aussi bien encensé pour ses vertus que dénoncé pour sa capacité à transformer (y compris et surtout physiquement) des régions. Malgré la valorisation de son potentiel économique, qui est l'une des raisons majeures pour lesquelles politiques et développeurs soutiennent son expansion, la prise de conscience de ses coûts environnementaux et sociaux s'affirme donc en particulier à partir des années 1970-1980, et fait naître de sévères critiques qui vont transformer les perceptions du tourisme et son rôle dans la société :

« Dans les années 1960, le tourisme international était en effet reconnu comme un facteur de développement économique, permettant notamment aux pays du Tiers Monde de mettre en valeur leurs ressources naturelles et culturelles. Mais, au cours des années 1970, cette doctrine du développement par le tourisme a commencé à susciter des critiques convergentes, émanant pour l'essentiel de sociologues et d'ethnologues, qui ont fait valoir que les bénéfices économiques attendus des projets d'aménagement touristique avaient été surévalués, tandis que l'on avait négligé de comptabiliser leurs coûts sociaux et culturels. Loin de constituer un facteur de développement, le tourisme international était désormais considéré au contraire par certains observateurs comme un transfert de richesses des pays récepteurs de touristes vers les pays émetteurs, comme une forme d'impérialisme perpétuant la dépendance du Tiers Monde à l'égard du monde développé (Nash, [1977] 1989) ». (Picard, 2010)

5. Des critiques sociales et scientifiques

5.1. Une mauvaise réputation exacerbée par les symboles et les valeurs du tourisme de masse

A mesure qu'il se développe, et ce massivement, le tourisme fait parallèlement l'objet d'une critique sociale croissante, qui repose en particulier sur l'image d'une industrie aux effets dévastateurs : méfaits environnementaux (pollutions, aménagements, concentration), dévoiements culturels (folklorisation), impacts économiques nocifs (inflation, spéculation), effets sociaux destructurants (urbanisation, migration) et développement de trafics (luxe, sexe, drogue) (Urbain, 2012). Pourtant rappelons-le, cette mauvaise réputation n'est pas nouvelle et précède de loin le tourisme de masse :

« *Critics of tourism are as old as tourism itself* ». (Butcher, 2003 : 1)

Il faut donc comprendre que les effets dévastateurs du tourisme, et en particulier du tourisme de masse, ne sont pas les seuls aspects qui lui valent des critiques, comme Urbain (1991) s'efforce de l'élucider dans la première partie de son ouvrage *L'idiot du Voyage*, intitulée « Portrait du touriste en chien triste : histoire d'un mépris ». Ce mépris historique repose sur une opposition touriste et voyageur – opposition profonde qui imprènera toute la critique sociale autour du développement du tourisme, depuis son origine :

« *Le mépris du tourisme précède le tourisme de masse et le choc des cultures suscité par le développement des transports internationaux. [...] Deux camps apparaissent dès la seconde moitié du XIX^e siècle : celui du touriste et celui du voyageur* ». (Op.cit. : 37)

Cette tension entre la figure du touriste et celle du voyageur repose sur les représentations et les valeurs qui leur sont associées. Alors que le voyageur est considéré comme curieux et engagé, reflétant les valeurs nobles du voyage puisées dans le sens du terme anglais *travel* - qui, rappelons-le, implique l'idée d'engagement, d'épreuve, d'expérience, de travail sur soi (*worldliness* en anglais) - le touriste est au contraire jugé comme oisif et passif, voyageant uniquement pour le loisir. Le voyageur est considéré à travers son individualité tandis que le touriste devient perdu dans la masse et dépourvu d'identité propre :

« *Ni mammifère, ni même insecte, simple cellule anonyme, l'identité du touriste disparaît ici, non dans l'infiniment petit, mais dans l'infiniment nombreux* » (Op.cit. : 55)

L'analogie entre touristes et animaux regroupés en grandes cohortes révèle cette perte d'identité et d'individualité : l'accumulation de touristes est assimilée à des « troupeaux innocents » de moutons (Barrès, 1911), des « meutes » de chiens « vulgaires et indisciplinées, courant partout, flairant l'autochtone et pissant dans les ruines » (Urbain, 1991 : 53). La rhétorique frôle parfois la métaphore des invasions biologiques et du parasitisme : « des doryphores, en référence aux insectes dévoreurs de récoltes » (Lanquar, 1994 :82). Des tous les animaux, « le touriste est donc le plus nocif » (Croall, 1995) et la « touristophobie » devient vite une norme de comportement (Urbain, 1991).

Finalement, ce qu'il est particulièrement intéressant de remarquer dans cette inflation historique de la critique sociale du tourisme, c'est l'aisance avec laquelle s'opère le passage du phénomène au sujet, et *vice versa*: alors que c'est dans la *masse* – le nombre et la concentration des touristes - qu'émergent et s'alimentent les critiques du tourisme, on attribue rapidement au sujet les caractéristiques du phénomène critiqué. L'amalgame conduit finalement à prêter au touriste les « vices » du tourisme. La conséquence de cela est d'avoir tendance à ignorer ou sous-estimer

toutes les facettes du touriste, à perdre de vue son individualité noyée dans le nombre, et donc à négliger ses rêves, ses désirs et ses valeurs. Le touriste en tant que sujet est affublé des caractéristiques attribuées au phénomène, qui n'ont parfois plus rien à voir avec la réalité de ce qui le meut à voyager, comme le caricature Urbain (2012) :

« Le touriste on le sait est un être rudimentaire, inculte, grossier, superficiel, égoïste, pressé, paresseux, stupide, etc. La langue a d'ailleurs pris acte de ce postulat. Ne dit-on pas 'être là en simple touriste' pour stigmatiser, inutile, l'intrus inconscient ou irresponsable ? » (Op.cit.)

5.2. Le poids de la scène scientifique

A partir des années 1980, conjointement à la critique sociale, la question du tourisme prend de plus en plus d'espace dans le débat scientifique. Les travaux que j'ai évoqués précédemment et qui étayent ce texte en donnent un témoignage diffus. Les recherches abordent notamment et surtout, comme j'ai pu l'évoquer plus haut, la question des impacts du tourisme (environnementaux, sociaux, culturels et économiques). Ces productions scientifiques, bien que critiquées d'un point de vue épistémologique en raison de certaines faiblesses méthodologiques, n'en demeurent pas moins influentes dans l'appréciation sociétale du phénomène. Elles attestent d'une part des effets néfastes du tourisme de masse en fournissant les preuves scientifiques de leur existence, et recommandent d'autre part de repenser le tourisme à travers de nouvelles pratiques, plus bénignes, en minimisant ses impacts et en élaborant des plans de gestions qui intègrent cet objectif :

« The picture of mass tourism illustrates the point that the tourism industry has not always operated with the interests of local people and the resource base in mind. This has been reinforced through much of the tourism research that emerged in the 1980s, which argued for a new, more socially and ecologically benign alternative to mass tourism development. » (Fennell, 2007 : 4)

La critique du tourisme qui se profile dans les années 1970-1980, en particulier autour de la figure du tourisme de masse, est donc de nature hybride, résultant d'enchevêtrements entre les critiques émises par la communauté scientifique et un sentiment de mépris social latent. Ces deux sources sont évidemment indissociables, fonctionnant dans un cercle d'alimentation mutuelle. Elles deviennent de plus en plus puissantes à mesure que l'ampleur du tourisme de masse et de ses symboles s'étend.

5.3. Moralisation du tourisme : la recherche d'alternatives

Dans cette critique hybride du tourisme de masse, en opposition aux valeurs et aux symboles qu'il véhicule, s'émancipe un mouvement de « moralisation » du tourisme dans lequel se structurent de nouvelles pratiques touristiques et de nouvelles manières de penser le tourisme (Butcher, 2003). En somme, un nouveau tourisme se construit sur des valeurs à contre-courant de celles du tourisme de

masse, un « New Tourism » selon l'expression de Poon (1993). Ce concept de « nouveau tourisme » fait référence à des formes alternatives de tourisme, considérées comme plus morales - plaçant l'éthique comme dimension essentielle - et bénignes d'un point de vue environnemental et socioculturel, par opposition au tourisme de masse (Krippenford, 1982 ; Fennell, 2007). Il recouvre des sous-types caractérisés par des qualificatifs variés, tels que tourisme *éthique*, tourisme *alternatif*, tourisme *responsable*, *écotourisme* ou tourisme *durable*. Outre l'attention particulière portée aux effets néfastes qui peuvent être produits sur les régions hôtes, ce mouvement de moralisation du tourisme se veut aussi meilleur pour les touristes eux-mêmes :

“The moralization of tourism involves two mutually reinforcing notions :

First, mass tourism is deemed to have wrought damage to the environment and to the cultures exposed to it, and hence new types of tourism are proposed that are deemed benign to the environment and benevolent towards other cultures.

Second, this ethical tourism is deemed to be better for tourists, too – more enlightening, encouraging respect for other ways of life and a critical reflection on the tourist's own developed society” (Butcher, 2003 : 7)

Ces tourisms alternatifs, qui se revendiquent d'une nouvelle éthique vis-à-vis des régions hôtes, s'épanouissent dans le contexte du mouvement environnementaliste qui s'amplifie à partir des années 1980 et alimente les principes d'un développement dit durable. Ce qui était considéré comme symboles de progrès depuis la révolution industrielle fait désormais l'objet d'une critique qui s'aiguisait durant cette période. Ces nouvelles formes de tourisme deviennent très médiatisées à la fin du XX^e siècle et sont largement promues par des institutions internationales telles que l'Unesco et l'Organisation mondiale du tourisme en raison de leurs bénéfices supposés, en particulier pour les sociétés du Sud (Cousin et Réau, 2009).

Ce mouvement reflète une évolution importante du point de vue de la motivation des touristes, c'est-à-dire ce qui les meut, ce qui les amène à voyager. Bien sûr, les raisons sont multiples et complexes. Lorsque MacCannell publie son ouvrage fondamental en 1976 (*The Tourist*), il cite la quête d'authenticité comme motivation essentielle du touriste, qui cherche à fuir l'aliénation de la société moderne. Mais cette quête échoue en raison de la nature même de la pratique du tourisme (Cousin & Réau, 2009) : une destination identifiée comme touristique la rend pour les touristes eux-mêmes « inauthentique » - parce que justement touristique (Olsen, 2002). En 2001, dans un article critique sur la question du « regard du touriste » (*tourist gaze*) conceptualisé par Urry (1990), MacCannell complète sa réflexion sur les motivations des touristes et met en évidence un second degré du regard du touriste : un regard qui pousserait chacun à chercher toujours au-delà des

artefacts du tourisme. D'où, soulignent Cousin et Réau (2009), la multiplication des voyages qui « cherchent à se démarquer du tourisme ordinaire, pour les destinations choisies comme pour les expériences vécues » (*Ibid.* : 42).

Les destinations peu fréquentées et reculées, en particulier les zones périphériques (par opposition aux centres urbains symboles de la concentration anthropique stimulée par la modernité) et les espaces naturels sont valorisés par ce mouvement et forment un support privilégié pour le développement de ces nouveaux types de tourisme qui cherchent à s'affranchir des critiques sociales accablant le tourisme classique et la société moderne au sens large.

*

* *

Conclusion

Le tourisme, un révélateur des évolutions de la société occidentale

Le tourisme peut finalement être appréhendé comme un élément révélateur des grands mouvements qui transforment la société occidentale au XIX^e et au XX^e siècle : considéré comme un élément à part entière de l'industrialisation (et non comme un produit de ce mouvement), il porte des symboles forts du progrès : liberté (liée à la mobilité), progrès technique des moyens de transports, démocratisation, évolution vers une société de loisirs et de services. Dans la seconde moitié du XX^e siècle, à l'aube d'une prise de conscience des limites de l'industrialisation et de la finitude des ressources, le statut du tourisme et la critique dont il fait l'objet se resserrent autour des préoccupations ambiantes. Dans la période récente notamment, la crise environnementale imprègne ces questions, caractérisées par des préoccupations accrues quant à la globalisation des problèmes environnementaux, la menace d'une crise énergétique majeure et d'importants changements climatiques (Larrère & Larrère, 2009 [1997]: 169). Pour prendre un exemple évocateur, le transport, élément essentiel de la mobilité au cœur du tourisme, et en particulier l'avion et les voitures individuelles ont longtemps été des symboles du progrès technique et social (liberté, accès au loisir) dans les pays riches et industriels du nord. Dans le contexte du mouvement environnementaliste qui se développe à partir des années 1970 et surtout à la lumière du sommet de la terre à Rio au début des années 1990 (1992), le statut des transports change et ils deviennent des symboles forts de

dégradation environnementale. Les séjours organisés avec des vols charters (développés surtout dans les cinquante dernières années) sont pointés comme l'incarnation la plus significative des effets néfastes du tourisme de masse (Butcher, 2003 ; Holden, 2009) – en particulier parce que les transports motorisés, qui constituent une composante clé du tourisme, sont une source majeure des impacts environnementaux du tourisme, et au premier rang desquels les transports aériens (~80% du total des transports motorisés) contribuent lourdement aux émissions de gaz à effet de serre et par conséquent au changement climatique (Glössling, 2010 ; Buckley, 2011).

Dans ce renversement des visions, les nouvelles formes de tourisme reflètent des valeurs et des préoccupations sociétales en évolution. Elles prétendent valoriser de nouvelles pratiques pensées comme alternatives au tourisme de masse. La destination est dans ce contexte un élément important : il s'agit soit de chercher de nouveaux espaces pour se distinguer de ceux qui sont envahis par le tourisme de masse, soit de revaloriser des lieux touristiques considérés comme subissant fortement les effets du tourisme, et donc d'insuffler de nouvelles valeurs au tourisme qui s'y développe (valeur morale positive, éthique et durabilité). Parmi les différentes formes alternatives de tourisme, la plus citée pour représenter la moralisation et la conscientisation du tourisme est l'écotourisme (Butcher, 2003). Le schéma qui suit (selon Weaver, 2001) propose de représenter l'importance de l'écotourisme parmi les formes alternatives au tourisme de masse - importance et signification que le chapitre suivant s'efforce d'explorer et de caractériser.

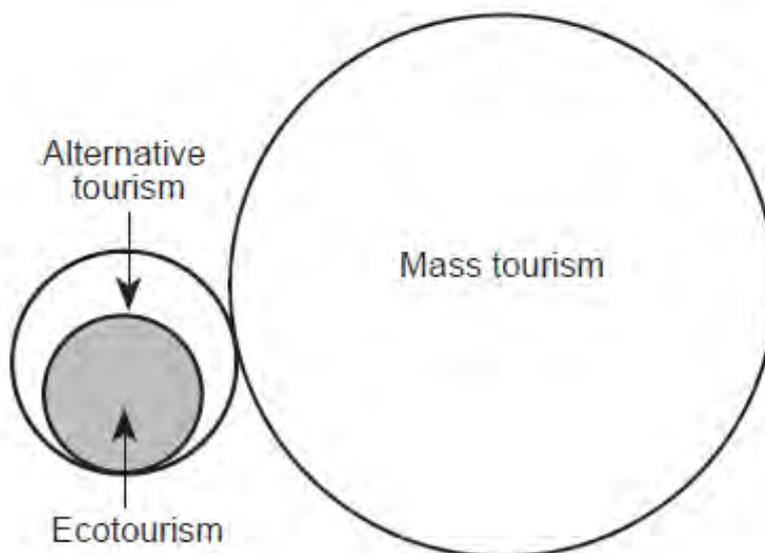


Figure 6. Représentation schématique du tourisme de masse, du tourisme alternatif et de l'écotourisme.
Source: Weaver, 2001.

Chapitre 2

Tourisme, nature et bons usages

Les relations entre tourisme et nature sont complexes et l'on constate l'émergence de divers concepts visant à les articuler, tant sous l'influence des acteurs du tourisme que des observateurs (en particulier la communauté scientifique). Comment les acteurs du tourisme et la communauté scientifique s'outillent-ils pour s'approprier et décrire les relations complexes qu'entretiennent environnement et tourisme ?

L'analyse de la genèse et des usages du concept d'« écotourisme » est particulièrement éclairante pour comprendre cette combinaison à laquelle se confrontent les acteurs. Ainsi dans ce chapitre nous nous interrogerons sur ce qu'est l'écotourisme, cette forme archétypale des « nouveaux tourisms » (Poon, 1993) qui prennent leur essor dans le dernier quart du XX^e siècle. A quoi fait référence le préfixe *éco-* dans *écotourisme* : tourisme écologique ? Tourisme d'écosystème ? Tourisme *éco-responsable* ? Il y a - et c'est ce qui nous intéresse particulièrement dans cette thèse - l'allusion à un lien avec la nature et ses usages. Ce chapitre est donc consacré à une réflexion sur les rapports entre tourisme et nature, pour mettre en perspective les études de cas qui vont suivre.

1. Des impacts environnementaux du tourisme à la dialectique environnement - tourisme

S'il y a encore une vingtaine d'années, le tourisme peinait à être intégré comme objet d'étude légitime des sciences humaines et sociales aux dépens de la prolifération d'études d'impacts du tourisme (cf chapitre précédent), le développement des formes alternatives de tourisme a fait l'objet d'une attention soutenue de la part de la communauté scientifique (notamment des anthropologues) dans la période récente (Stronza, 2001). Cela a généré d'abondantes tentatives d'élaborer des concepts qui visent à saisir la relation environnement – tourisme. Quels sont les attributs de ces formes de tourisme et quels sont leurs liens avec l'idée de formes « alternatives » de tourisme évoquées dans le chapitre précédent ?

1.1. Combiner l'utilisation et la conservation des ressources naturelles

La prise de conscience des effets des activités anthropiques et du développement économique sur le monde naturel et le constat de la finitude de certaines ressources font émerger dans les années 1970 le « développement durable » comme un enjeu de société majeur. Les fondements de ce concept

sont cependant plus anciens, issus d'une longue histoire du mouvement international pour la conservation de la nature, débutant à l'aube du XX^e siècle (Blandin, 2009). Bien que formulé en tant que tel plus tardivement, ses bases sont clairement posées dès 1968 par la communauté internationale lors de la Conférence de la biosphère :

« En déclarant qu'utilisation et conservation des ressources naturelles devaient aller de pair plutôt que s'opposer, en affirmant qu'il fallait pour cela promouvoir des approches scientifiques interdisciplinaires, cette conférence a clairement jeté les bases du développement durable, sans pour autant utiliser ce syntagme ». (Op.cit. : 20)

Le concept est finalement formulé sous l'expression anglaise de « *sustainable development* » au début des années 1980, traduite par « développement durable » en français. Dès cette période, il est établi comme un objectif global, préconisant un développement qui satisfasse les besoins des générations présentes sans compromettre ceux des générations futures - un développement donc basé sur des usages durables des ressources. Les évolutions du tourisme sont profondément imprégnées par ce mouvement, en particulier parce que l'industrie du tourisme fait l'objet de critiques fortes quant à des usages non durables des ressources naturelles, constat évoqué dans le chapitre précédent. Dans le mouvement de moralisation du tourisme qui vise à rendre le tourisme plus éthique, l'idée du tourisme comme un outil capable d'œuvrer au service d'un développement durable se développe, c'est-à-dire un outil capable à la fois d'utiliser et de conserver les ressources naturelles comme le souligne Blandin (*ibid.*).

L'expression « tourisme durable » émerge à partir des années 1980, pour évoquer l'idée d'un tourisme respectueux de l'environnement, transcendé par les principes du développement durable. L'OMT (1988) définit le tourisme durable comme :

« Satisfaisant les besoins présents des touristes et des régions hôtes, tout en protégeant et en mettant en valeur les opportunités pour le futur. Il conduit à une gestion des ressources qui remplit les besoins économiques, sociaux et esthétiques tout en maintenant l'intégrité culturelle, les processus écologiques essentiels, la diversité biologique et les systèmes qui supportent la vie ». (Op.cit.)

Le spectre est large. Les aspirations du tourisme durable tendent en somme, et théoriquement, à intégrer toutes les dimensions du tourisme classique et toutes les formes de tourisme pour leur appliquer les principes du développement durable et ainsi responsabiliser le tourisme (en particulier le tourisme de masse) face à ses effets néfastes du point de vue socioculturel, économique et écologique. L'Organisation mondiale du tourisme affiche pleinement cette ambition en se donnant comme mission de promouvoir « un tourisme responsable, durable et accessible à tous » (site officiel de l'OMT / WTO, 2012).

1.2. « L'écodéveloppement via le tourisme » (Miller, 1978)

Cette dimension durable est particulièrement valorisée pour le développement de nouvelles formes alternatives de tourisme. C'est en quelque sorte leur trame de fond. Des tentatives d'articulation entre conservation de la nature et développement par le tourisme émergent à la fin des années 1970. Le conservationniste américain Kenton Miller est chargé en 1978 de planifier la gestion d'un parc national en Amérique latine. Il élabore un modèle de développement combinant la prise en compte de la conservation de la nature, des communautés locales et du tourisme. Pour lui, l'articulation de ces trois dimensions permet de contribuer à ce qu'il nomme « l'écodéveloppement via le tourisme ». La contraction de cette idée dans le néologisme d'« écotourisme » s'opère quelques années plus tard, en 1983, et est traditionnellement attribuée à l'architecte mexicain Ceballos-Lascurain. Il définit alors l'écotourisme comme :

« [travel] to relatively undisturbed or uncontained natural areas with the specific object of studying, admiring, and enjoying the scenery of its wild plants and animals, as well as any existing cultural manifestations (both past and present) found in these areas. » (Ceballos-Lascurain, 1987 : 13-14.)

2. La nature comme dimension *sine qua non* – la conservation comme objectif

2.1. Rechercher la proximité avec la nature

L'écotourisme induit l'idée d'un contact de proximité avec la nature. Ce lien à la nature est une dimension essentielle de cette forme de tourisme : Eagles *et al.* (2002) précisent que l'écotourisme revêt des formes différentes selon les régions, mais reste toujours associé à l'abondance des milieux naturels peu perturbés par l'homme. En effet, si la définition précise de l'écotourisme a fait l'objet de nombreux débats, il est cependant clairement mis en avant qu'il est étroitement lié à des lieux et des cultures perçus comme « immaculés » (« *pristine* » en anglais), intouchés et préservés de l'industrialisation, de l'occidentalisation et même du tourisme de masse (Fennell, 1999 ; Cater, 2006 ; Brockington *et al.* 2008).

Comme le suggèrent ceux que l'on désigne comme les inventeurs de ce concept (Miller et Ceballos-Lascurain) l'écotourisme émerge de réflexions conduites en lien avec l'élaboration de plans de gestions d'aires protégées. Il est associé à des écosystèmes perçus comme fragiles et qui font l'objet de programmes de protection :

« Most typically, ecotourism involves visits to areas that are under some form of environmental protection by governments, conservation or scientific organizations, or private owners and entrepreneurs ». (Honey, 2008 : 13)

L'écotourisme peut donc à la fois être appréhendé comme une activité qui caractérise des pratiques touristiques spécifiques associées à des milieux naturels et comme une stratégie de développement associée à des milieux pensés comme fragiles où l'utilisation et la conservation des ressources forment une dynamique commune.

2.2. Stimuler la conscience environnementale ...

Remontons le temps de quelques années : 1965, l'écotourisme n'existe pas encore – du moins, le concept n'est pas formulé en tant que tel. Jean Dorst, éminent naturaliste français, publie un ouvrage avant-gardiste sur le péril de la nature : *Avant que Nature meure*. Equivalent francophone du célèbre *Silent Spring* de Rachel Carson (1962), le livre de Dorst est considéré comme pionnier en France sur la question de l'exigence d'une prise de conscience face aux dégradations environnementales d'origine anthropique, potentiellement irréversibles. Une trentaine d'années avant le Sommet de la terre de Rio (1992), Dorst alertait sur l'intérêt de se pencher les effets néfastes de l'homme sur son environnement, qui n'ont jamais connu selon lui une telle ampleur que celle qui se dessine alors. Son ouvrage défend avec ferveur la conservation de la nature et la contribution des sciences de la nature à cet objectif.

Page 431, Dorst (1965) titre : *La nature et le tourisme au secours de la santé de l'humanité*. Six pages sont consacrées à la question du tourisme et de son rôle face à l'érosion de la biodiversité et à sa conservation. Elles débutent ainsi :

« Un des problèmes importants auxquels l'homme aura à faire face dans les prochaines décennies est paradoxalement celui de ses loisirs ». (Op.cit. : 431)

On retrouve là le ton de la critique des effets néfastes du tourisme. Mais Dorst va plus loin. Prévoyant des problèmes d'érosion environnementale sous l'effet de la croissance et de la démocratisation du tourisme alors en cours, il dresse à l'époque le portrait des « bons » usages qui pourraient être faits *via* le tourisme, notamment en lien à la problématique de conservation de la nature :

« Les voyages sont de plus en plus faciles et sont dorénavant accessibles à des classes de populations auxquelles ils étaient refusés jusqu'à présent. La conservation de la nature sauvage revêt donc ici une importance extrême. L'utilisation touristique des ressources naturelles, à condition qu'elle soit bien comprise, permet de concilier de la plus heureuse manière la préservation de la nature, la rentabilité économique des zones marginales, et la satisfaction d'un besoin grandissant des populations humaines de se déplacer et de jouir des paysages naturels avec leur faune et leur flore sauvages.

Car si l'homme aime visiter les cathédrales et les palais bâtis au temps passé, il aime aussi admirer les monuments naturels, les paysages et les sites dont il a entendu parler au cours de ses années scolaires et dont la presse quotidienne lui retrace sans cesse les beautés ». (Dorst, 1965 : 433)

Le ton enthousiaste et engagé de l'auteur rapporte la vision d'un rapport idéal entre tourisme et nature. Alors que l'écotourisme n'est pas encore conceptualisé, les ingrédients d'une forme plus écologique de tourisme sont déjà énoncés dans l'argumentaire de cet auteur, qui défend que :

- le tourisme dépend des beautés et des aménités de la nature lui conférant une valeur esthétique qui représente un argument de plus en faveur de la conservation,
- le tourisme peut être un outil financier pour gérer la conservation de la nature, justifiant ainsi des programmes de conservation (établissement d'aires protégées notamment),
- enfin le tourisme peut avoir un rôle éducatif.

Ce dernier point est crucial pour Dorst, au même titre que pour d'autres auteurs qui escomptent un rapport positif entre tourisme et nature. Les touristes « éduqués » sont en effet supposés être plus sensibles aux enjeux de la conservation :

« Cet effort pédagogique et documentaire, particulièrement apprécié du public, contribue d'ailleurs à protéger la nature, les visiteurs avertis respectant beaucoup plus les êtres vivants que ceux qui n'en ont que des connaissances superficielles »

[...] Le tourisme, la connaissance de la nature et sa conservation sont trois aspects intimement liés d'un même problème dont la solution doit et peut peut-être satisfaire des intérêts en apparence opposés». (Op.cit. : 437)

Plus qu'une dimension pratique liée strictement à la nature des usages des ressources par le tourisme (usages modérés et mesurés, impacts minimisés, gains financiers du tourisme réinvestis pour la conservation), le lien entre tourisme et conservation prend une dimension cognitive : l'enjeu est de sensibiliser les esprits à une conscience environnementale à travers le tourisme.

2.3. ... et œuvrer pour la conservation de la nature

Le terreau de l'écotourisme est donc posé au travers des aspirations à un lien « idéal » entre tourisme et nature, basé sur de bons usages. La teneur de ce type de discours colore et prépare l'émergence des formes alternatives de tourisme dès la fin du XX^e siècle, et qui fleurissent en particulier dans les années 1990. La communauté scientifique et les organisations en charge de la conservation de la nature tendent à valoriser et promouvoir ces « bons usages de la nature » (Larrère & Larrère, 2009) qu'offre potentiellement le tourisme en même temps qu'ils dénoncent les impacts d'un tourisme mal planifié. Et cette question du tourisme devient cruciale dans le cas de la gestion des aires naturelles protégées.

Dès les années 1980, l'Union internationale pour la conservation de la nature (UICN) considère avec une plus grande attention le développement des activités humaines et économiques dans les aires

protégées. Le modèle de mise sous cloche de la nature excluant toute activité humaine des aires protégées a subi de fortes critiques et les nouvelles réflexions autour de la gestion de ces aires intègrent pleinement les activités d'origine anthropique, c'est-à-dire principalement les communautés locales et le tourisme. En 1982, lors du Congrès mondial pour les Parcs nationaux à Bali³¹, il est mis en lumière que les programmes de conservation doivent considérer la participation des communautés locales et promouvoir le développement économique (Honey, 2008). En 1992, le tourisme est présenté comme une activité participant potentiellement à la conservation et améliorant la qualité de vie des locaux :

« In developing greater cooperation between the tourism industry and protected areas the primary consideration must be the conservation of the natural environment and the quality of life of local communities. » (Wells & Bandon, 1992)

L'invention de l'écotourisme traduit emblématiquement la symbiose qui s'opère entre la question du développement touristique et celle de la conservation de la nature. Il est pensé comme une activité anthropique acceptable, légitime et même bénéfique dans des aires protégées, permettant potentiellement de renforcer la conservation. A ce titre, on peut mettre en lumière deux dimensions des liens entre écotourisme et conservation dans la littérature qui traite du sujet : un lien tacite et un lien actif. Le lien tacite renvoie à l'idée exprimée par Ceballos-Lascurain en 1987, qui soutient qu'en voyageant vers des aires naturelles peu perturbées par les activités anthropiques pour admirer, étudier et profiter de la faune et flore sauvages, les touristes acquièrent une conscience plus profonde de l'environnement et vont *in fine* s'intéresser d'avantage aux questions de conservation. Idée similaire à celle exprimée par Dorst en France en 1965, mais ici directement conçue comme une base au concept d'écotourisme. En filigrane de ce lien s'affirme comme essentielle la dimension éducative de l'écotourisme: il est question d'amener les touristes à s'intéresser à ces régions naturelles qu'ils visitent ainsi qu'aux enjeux auxquels elles font face.

Le lien plus actif fait référence à l'idée que l'écotourisme œuvre en pratique positivement en faveur de la conservation, notamment en générant des revenus pour financer des projets de protection de la nature. Un ancrage majeur est donné à cette idée en 2003, lors du Congrès mondial pour les Parcs nationaux à Durban⁷, où l'écotourisme, bien que non présenté comme un thème officiel de la conférence a tenu une place majeure. Il en résulte que les recommandations de l'UICN publiées en 2003 à l'issue de ce congrès stipulent clairement que le tourisme dans les aires protégées doit être utilisé et pensé comme un moyen pour la conservation :

³¹ Organisé par l'UICN.

« Le tourisme à l'intérieur et autour des aires protégées doit être un instrument de la conservation : renforcer l'appui des aires protégées ; améliorer la sensibilisation aux valeurs multiples et importantes des aires protégées, y compris écologiques, culturelles, spirituelles, esthétiques, récréatives et économiques ; et générer un revenu bien nécessaire pour les activités de conservation, pour la protection de la biodiversité, de l'intégrité des écosystèmes et du patrimoine culturel ». (UICN 2003 : 5.12)

Selon Brockington *et al.* (2008) l'écotourisme est même devenu l'un des moyens les plus importants pour légitimer et justifier la conservation :

"In the last two decades tourism has become the key rationale used to underpin the maintenance of protected areas through claims that conservation will 'pay its way' via the development of tourism". (Op.cit. : 131)

3. L'écotourisme : un archétype des formes alternatives de tourisme ?

3.1. D'une genèse confuse...

A explorer la littérature, un constat s'impose : définir clairement l'écotourisme n'est pas chose évidente. Cette tâche a fait l'objet de nombreux débats et de vastes critiques. Quel est le chemin étroit entre les définitions scientifiques du terme, qui cherchent à caractériser des catégories de tourisms et de touristes pour mieux les étudier et comprendre ce qui les construit, et les argumentaires promus par les opérateurs de tourisme, les politiques, les publicitaires ou les socioprofessionnels du tourisme de manière générale ? L'invention et l'évolution de l'usage du terme « écotourisme », de même que son sens, résultent de la confrontation constante entre ces deux grandes communautés. Étudié, analysé, critiqué par les uns (les scientifiques) à partir des usages faits et construits par les autres (les promoteurs), l'« écotourisme » résulte aussi des recommandations formulées par la communauté scientifique qui a notamment fourni un matériel substantiel sur la problématique de la réduction des « impacts » du tourisme. Le concept s'enrichit donc des échanges constants et allers-retours sémantiques entre ces approches diverses.

Cela nous permet de garder deux choses en tête : la première a trait au problème de confusion qui règne autour de la définition du terme, confusion intrinsèque au concept d'écotourisme, qui évolue par essence dans cette nébuleuse sémantique générée par la diversité des approches. La seconde est que l'écotourisme est un concept en évolution, mais aussi et surtout une catégorie abstraite qui cherche à caractériser des réalités singulières (donc non identiques) et en mouvement. En somme, la catégorie de tourisme que l'on cherche à définir sous la notion d'écotourisme est idéal-typique. L'objectif ici n'est donc pas d'en fournir une définition exhaustive, mais plutôt de chercher à cerner

au mieux ce à quoi il renvoie et pour qui, pour finalement comprendre dans quelle mesure mobiliser ce concept s'avère pertinent pour aborder empiriquement les réalités du développement touristique dans les aires protégées, et plus particulièrement celles de Laponia et de Pyrénées-Mont Perdu abordées ici.

3.2. ... au quasi-consensus scientifique

Faisant donc l'objet d'un intérêt croissant dans la littérature scientifique à partir des années 1980 (Weaver et Lawton, 2007), la notion d'écotourisme est loin de posséder une définition univoque. Fennell (2001) analyse non moins de 85 définitions de ce concept pour conclure qu'il fait généralement référence à cinq variables principales : les espaces naturels, la conservation, la culture, les bénéfices pour les populations locales et l'éducation. Bamley (2001), formule finalement une proposition consensuelle en suggérant que l'écotourisme satisfait trois critères principaux :

- ses attractions sont majoritairement naturelles,
- les interactions entre les touristes et ces attractions sont axées sur l'apprentissage et l'éducation,
- l'expérience touristique et la gestion des produits touristiques sont associées à la durabilité écologique, socioculturelle et économique.

Une définition succincte couramment utilisée depuis les années 1990 est celle fournie par la Société Internationale d'écotourisme (The International Ecotourism Society (TIES), 1991), chargée de promouvoir l'écotourisme et qui rejoint ce consensus scientifique :

« L'écotourisme est une visite responsable dans des environnements naturels où les ressources et le bien-être des populations locales sont préservés ». (Op.cit.)

3.3. La prolifération de notions génériques

La confusion qui entoure l'écotourisme depuis son émergence persiste et s'affirme notamment à travers la prolifération de notions génériques et d'expressions synonymes. Elles témoignent à la fois d'une volonté de définir le plus finement possible des types de tourisme, en même temps que d'une confusion de ces types de tourisme proches, où l'on remplace finalement par métonymie une notion par une autre, pour évoquer l'idée d'un tourisme alternatif au tourisme de masse. Ces notions peuvent également être appréhendées comme révélatrices de l'ardeur des critiques de l'écotourisme, cherchant à se démarquer des tendances au *green-washing* qui conduisent à des usages abusifs et infondés du terme « écotourisme » pour promouvoir un tourisme en réalité bien moins scrupuleux. Devenu terme « fourre-tout », on préfère alors éviter l'emploi d'écotourisme pour lui préférer des termes plus génériques.

On parle ainsi de *tourisme vert*, *tourisme de nature*, « *wildlife tourism* » (littéralement : tourisme de vie sauvage), *tourisme éthique*, *geotourisme*, « *pro-poor tourism* » (tourisme contre la pauvreté), « *low-impact tourism* » (tourisme à faible impact), *tourisme durable*, ou *tourisme d'aventure*. A travers ces synonymies, c'est aussi une question de degré qui s'exprime, dans un panel de types de tourisme relativement proches : chaque terme met en avant une ou plusieurs dimensions spécifiques : le milieu, les pratiques, l'éthique, etc. Ces terminologies reflètent finalement des catégories de tourisms enchevêtrées ; on trouve dans la littérature scientifique multitude de schémas qui cherchent à les agencer les uns par rapport aux autres. A titre d'exemple, le schéma ci-dessous (Fennell, 2001, repris et simplifié d'après Reynolds & Braithwaite, 2001) montre la place du « *wildlife tourism* » par rapport à l'écotourisme et au tourisme de nature, et plus généralement par rapport aux relations homme/nature sauvage.

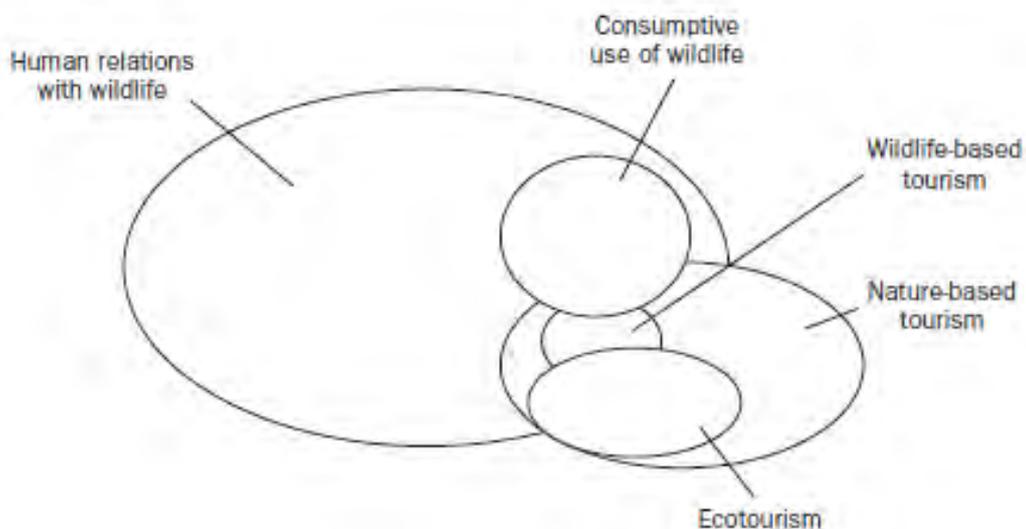


Figure 7. Schéma représentant la place du tourisme associé à la nature sauvage. Source: Fennell, 2001.

On peut comparer cet exemple à un autre schéma de Hill & Gale (2009) qui tente également de caractériser les contours et les enchevêtrements des trois formes de tourisme associées à la nature les plus citées parmi les formes alternatives de tourisme : l'écotourisme, le tourisme d'aventure et le *wildlife tourism*. On constate une approche nuancée par rapport à celle de Fennell (2001) ci-dessus ; ici les auteurs cherchent à définir chaque catégorie et à préciser leurs niveaux de recouvrements :

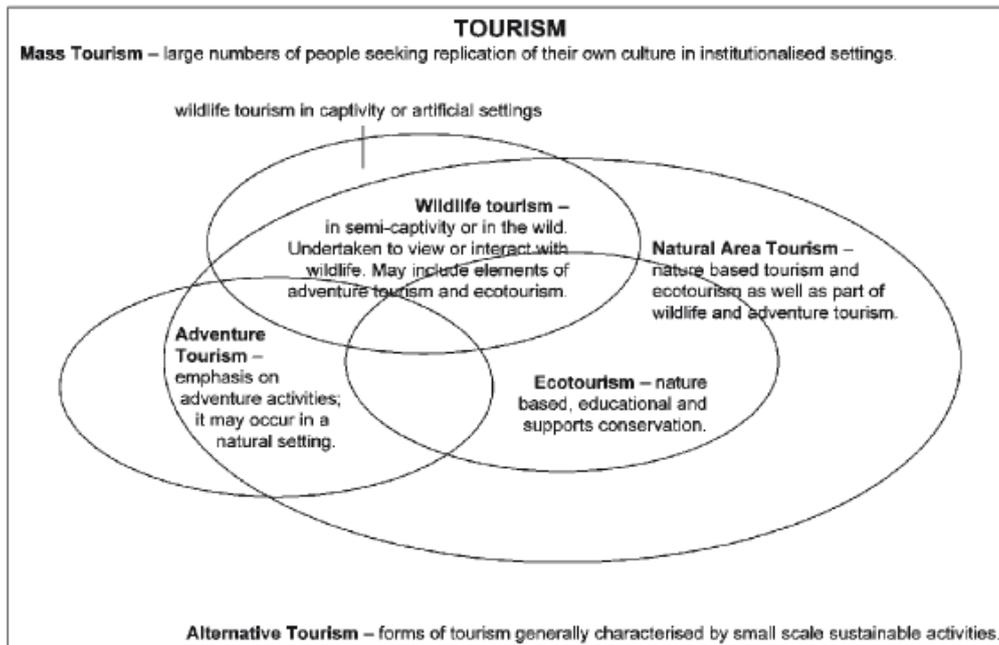


Figure 8. Schéma des enchevêtrements entre écotourisme, tourisme d'aventure et *wildlife tourism* au sein du tourisme de nature, et principaux éléments de définitions. Source: Hill & Gale, 2009.

Les schémas de Russel (2007) (cf ci-contre) cherchent à établir une typologie des modèles de l'écotourisme, du tourisme durable et du tourisme responsable. Ils mettent en lien les prédominances, selon chaque modèle, de la prise en compte respective de l'environnement, des populations locales et des touristes. Le modèle du tourisme responsable est présenté comme le plus intégratif de ces trois dimensions, alors que l'écotourisme est davantage présenté autour de l'axe environnement – touriste, avec une prise en compte moindre des populations locales. Une autre modèle proposé par Wearing & Neil (2009) décline les diverses sous-catégories des tourisms alternatifs comme opposées au tourisme de masse, lui-même présenté comme la forme conventionnelle et de large échelle du tourisme. Selon les auteurs, ces sous catégories reposent finalement sur l'écotourisme et le tourisme de nature. Leurs spécificité s'affirment selon les diverses approches du milieu et les orientations de l'expérience touristique : culturelle, éducationnelle, scientifique, aventure, agro-tourisme.

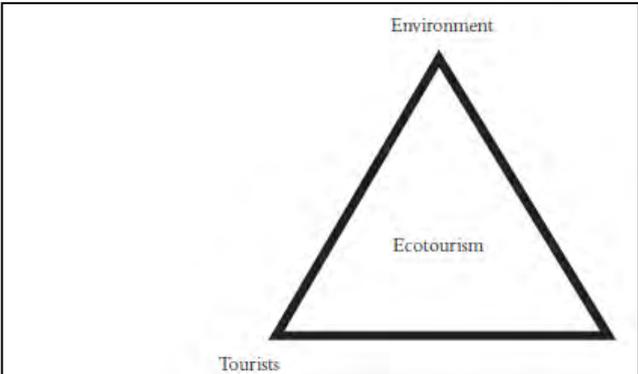


FIGURE I. Ecotourism model.

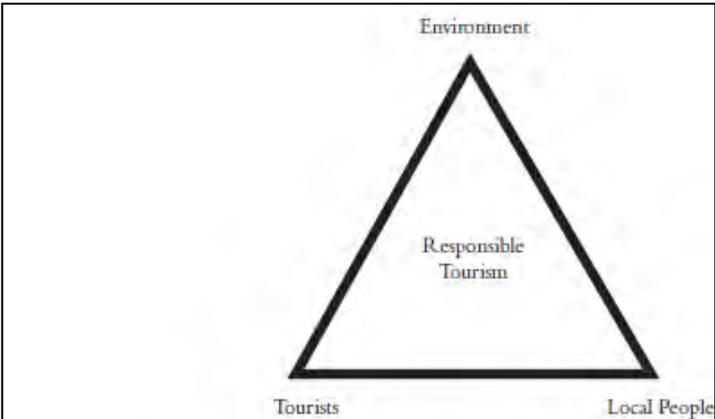


FIGURE III. Responsible tourism model.

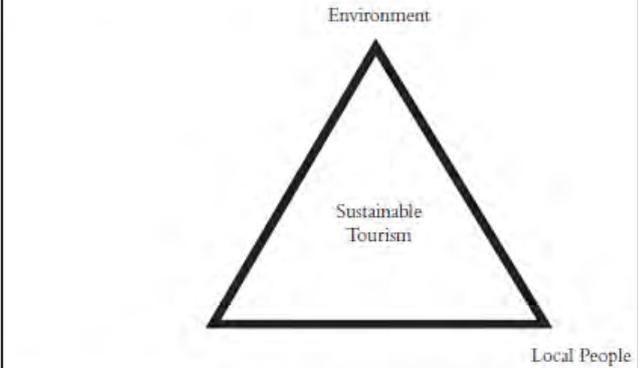


FIGURE II. Sustainable tourism model.

Figure 9. Les modèles de l'écotourisme, du tourisme durable et du tourisme responsable d'après Russel (2007).
Source : Russel, 2007.

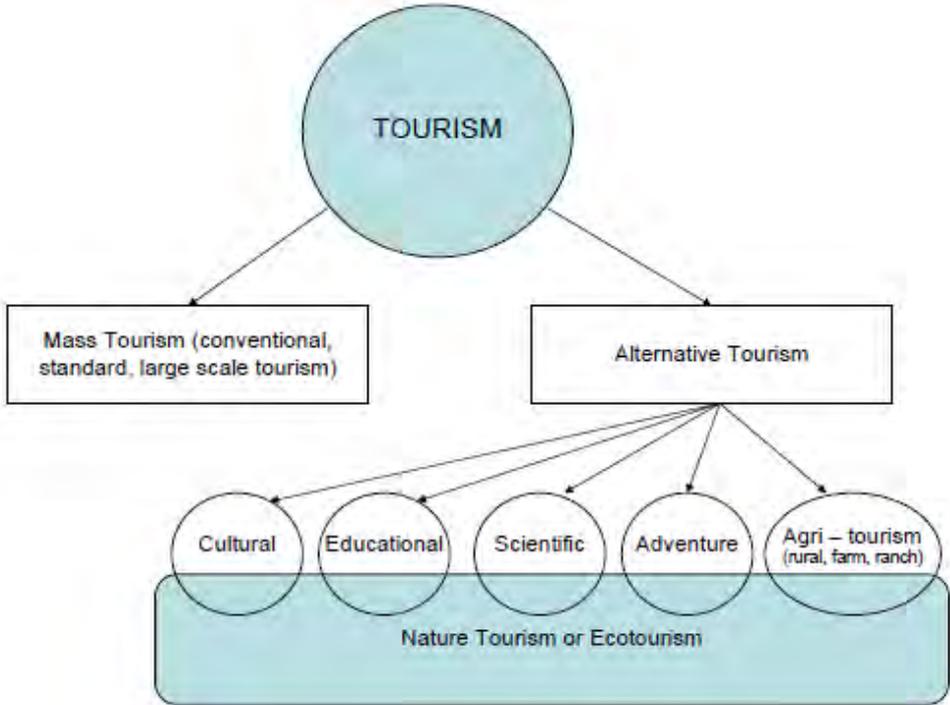


Figure 10. Les formes du tourisme alternatif selon Wearing & Neil (2009).
Source : Wearing & Neil, 2009.

Ces exemples mettent en lumière l'effort engagé par la communauté scientifique pour définir les contours des diverses formes de tourisme, comprendre leur nature et mettre en lumière les porosités catégorielles.

Cette diversité, qui peut *a priori* sembler nébuleuse, montre combien les frontières du tourisme sont difficiles à explorer et à définir. Le tourisme est par essence composite : il rassemble des touristes aux pratiques, motivations et représentations variées, et il est difficile d'extraire des universaux. La qualification théorique de situations empiriques se heurte de surcroît à un phénomène (le tourisme) qui se laisse difficilement saisir, du fait de la mobilité, de la fluidité qu'il implique et des jeux d'échelles. Cette difficulté est accrue par la distinction tourisme/touriste, c'est-à-dire phénomène/sujet. Ces travaux nous éclairent cependant sur la caractérisation du tourisme dans le contexte de sites naturels sensibles, associés à un développement parcimonieux de l'activité touristique et où la dimension environnementale est prise en considération, pour mettre en relation le contingentement du phénomène touristique et l'expérience touristique de ces sites qui devient une expérience exceptionnelle.

3.4. Un effet de mode ?

Les terminologies spécifiques pour caractériser divers types de tourisme sont le résultat d'hybridations, d'emprunts, d'aller-retours entre des notions utilisées par les promoteurs du tourisme, qui s'approprient et se réapproprient les catégories scientifiques et façonnent de nouveaux termes. Ainsi la catégorie d'écotourisme telle que définie par la communauté scientifique, fait aussi l'objet d'une appropriation par l'argumentaire promotionnel qui cherche à valoriser certains produits et segments du tourisme et à utiliser certains attributs pour revaloriser des produits touristiques en les associant à une dimension naturelle et éthique.

L'écotourisme exerce une forte attraction sur les promoteurs de tourisme à partir des années 1990, entre autres parce qu'il est considéré comme un des secteurs touristique qui connaît la plus forte croissance. S'il est difficile de mesurer parmi les chiffres mondiaux du tourisme quelle part reflète la croissance du segment écotouristique, l'OMT (2004) estime que le tourisme de nature et l'écotourisme se développent trois fois plus vite que l'industrie touristique dans son ensemble. Il constitue donc un secteur économique attractif. Dans les années 1990, à travers le rayonnement du sommet de la terre de Rio (1992) et surtout à partir du début des années 2000, avec la déclaration par les Nations Unies de l'année internationale de l'écotourisme en 2002 et la création cette même année d'une revue scientifique spécialement dédiée à l'écotourisme (*Journal of ecotourism*), l'intérêt pour cette nouvelle forme de tourisme explose. La tendance est à l'écotourisme, sans pour autant

que dans les faits son développement repose réellement sur des intentions correspondant aux recommandations associées à ce tourisme :

“The word ecotourism became a buzz-word in the early 1990s, but so many people used it in so many different ways that it become virtually meaningless”. (Harvey, cité par Honey, 2008 : 70)

La notion d'écotourisme devient une coquille creuse et son usage abusif est vivement critiqué :

“Much of what is marketed as ecotourism is simply conventional mass tourism wrapped in a thin veneer of ‘green’ ”. (Op.cit.: 68)

“Ecotourism can be whatever anyone wants [...] The mass tourism operators have learnt the language of sustainable tourism ... But little has really changed”. (Barnett, 2001)

3.5. Redonner un «vrai » contenu au contenant

La communauté scientifique dénonce les mésusages du concept et propose de segmenter l'écotourisme pour mieux caractériser les différents types d'écotourisme et leur teneur, et ainsi revaloriser le contenu initial de la définition de l'écotourisme pour l'opposer à l'usage fourre-tout du terme. Acott *et al.* (1998) proposent par exemple de distinguer l'écotourisme « profond » (*deep ecotourism*) de l'écotourisme superficiel (*shallow ecotourism*). L'écotourisme « profond » renverrait à l'idée de fortes valeurs intrinsèques à cette activité, orchestrées autour du développement à petite échelle, de la participation des communautés hôtes et du rejet du matérialisme comme doctrine de référence. L'écotourisme « superficiel » fait à l'inverse prévaloir l'importance du marché et l'utilisation de la nature pour maximiser les bénéfices humains, alors que le concept de durabilité est peu considéré. Il s'agit donc d'une distinction entre d'un côté une activité qui renvoie au sens réel du concept et de l'autre la caractérisation d'une enveloppe plus commerciale.

Dans la pratique, pour compenser les usages excessifs du terme et pour chercher à distinguer le « vrai » écotourisme de produits touristiques maquillés de « *greenwashing* », des systèmes nationaux de certifications sont progressivement mis en place. Ils cherchent à rendre plus facilement identifiables des pratiques et des produits touristiques correspondant à des cahiers des charges très précis. Les premières certifications sont élaborées en Australie en 1992 (Weaver, 2001). En 2008, selon Martha Honey, il existait entre 60 et 80 programmes d'écocertifications à travers le monde (plus de nombreux projets en cours), qui cherchent à promouvoir l'écotourisme selon des préceptes éthiques précis et rigoureux dans le domaine de l'environnement, de la conservation, de la culture, des bénéfices locaux et de l'éducation. La majorité de ces certifications sont développées dans les pays du Sud. Si l'invention est australienne, ces labels sont rapidement reproduits dans les pays en développement, pour qui l'écotourisme est clairement envisagé comme une stratégie de

développement avec une dimension politique très présente (Duffy, 2006). Pour les pays du sud en effet, le tourisme représente un avantage comparatif, en ce qu'il offre un potentiel pour attirer les devises des pays riches du nord :

“Countries of the South are portrayed as having a ‘comparative advantage’ in tourism since they attract tourism from the industrialized North; they are often presented as ‘primitive Edens’; as such, they are highly attractive to tourists from the industrialized world who seek sunshine, beaches and other natural and cultural attractions”. (Brockington et al., 2008 : 133)

Les certifications peuvent permettre d'organiser davantage l'écotourisme et d'optimiser son développement à l'échelle locale. Le but de la certification est autant de limiter les usages abusifs du terme écotourisme et le marketing de formes de tourisme maquillées, que d'institutionnaliser un tourisme selon des principes éthiques qui sont définis par les autorités compétentes (ONG, états) et qui permettent aussi aux états de mieux contrôler cet outil de développement.

3.6. Retour sur un mouvement nord - sud

Selon les statistiques sur l'industrie mondiale du tourisme, les pays riches du nord restent aux premiers rangs des destinations de tourisme international (environ 65%, OMT, 2005). Néanmoins, la fréquentation dirigée vers l'Amérique latine, l'Asie et l'Afrique croît rapidement dans la période récente (*ibid.*). Développer un « vrai » tourisme alternatif est devenu un enjeu politique important pour les pays en voie de développement, pour qui le dilemme majeur est de réussir à attirer et à garder localement les devises issues des pays riches et de limiter la part restant aux industries des pays émetteurs (agences de voyages, transports aériens et maritimes, compagnies bancaires, bureaux de tourisme, compagnies publicitaires et médias) (voir Duffy, 2006). Ceballos-Lascurain (1996) souligne en effet le potentiel du tourisme à rééquilibrer la distribution mondiale des richesses *via* la revalorisation des pays en voie de développement comme destinations touristiques :

“Tourist travel is still very much the privilege of people of the industrial world... Nevertheless, the shift in favored tourism destinations – from developed to developing countries – indicates that international tourism could become a means of redistributing wealth ‘from north to south’”.
(*Op.cit.* : 6)

La liste mondiale des principales destinations écotouristiques comprend majoritairement des pays du sud, et souvent des pays en développement. Les études de cas présentées par Martha Honey (2008), dont l'ouvrage est majeur dans le domaine, abordent notamment les îles Galapagos, le Costa Rica, la Tanzanie, le Zanzibar, le Kenya, l'Afrique du Sud et finalement le cas des USA. Bien qu'il ne s'y réduise pas, l'écotourisme est donc préférentiellement associé à des destinations du sud pour lesquelles l'auteure défend le potentiel offert par cette activité en termes de bénéfices économiques issus des

échanges internationaux. Honey se place dans une vision engagée, qui promeut la valeur de l'écotourisme comme levier du développement local, présentant un intérêt particulièrement fort pour les pays du Sud. D'ailleurs, elle le mentionne clairement dans son ouvrage en affichant le contraste avec les pays du Nord :

“Although nearly all countries in the world, including the United States, Canada, Germany, Australia, and other developed countries, are now engaged in ecotourism, perhaps its most exciting potential is in its use as a tool for economic development and environmental protection in developing countries. [...] During my decades abroad I have found that for many economically poor countries with rich, unique, and largely unspoiled national parks and natural wonders, tourism offered a possible means for earning foreign exchange”. (Honey, 2008 : 5-6)

A l'instar de la position de Martha Honey, de nombreux travaux mettent en lumière ce lien privilégié entre écotourisme et pays du sud, non seulement pour la stratégie de développement que cette activité préfigure, mais aussi en lien avec l'imaginaire que nourrissent les destinations exotiques et sauvages. Le mouvement classique de l'écotourisme suivrait donc un rapport nord-sud, avec des pays riches émetteurs de touristes internationaux qui se rendraient dans les destinations écotouristiques des pays plus pauvres du sud, pays pour qui l'écotourisme serait un modèle de développement salvateur. Ce modèle hypothétique un peu simpliste a tendance à occulter l'ampleur que peut avoir l'écotourisme et les formes de spécialisation de tourisme dans les destinations écotouristiques des pays riches du nord. Ce biais semble induit par la prévalence d'une vision de l'écotourisme comme outil de développement local adapté en particulier aux pays les plus pauvres.

4. Le tourisme de nature comme une catégorie englobante

4.1. Le plein air

Le tourisme dit « de nature » (*nature-based tourism* ou *nature tourism* en anglais) nuance la vision prioritairement environnementaliste portée par l'écotourisme. Il met au contraire un accent majeur sur l'attrait pour le milieu naturel et place la nature, ou les paysages naturels, comme cadres *sine qua non* des activités touristiques de plein air.

La notion de loisir de plein air, ou *outdoor recreation* en anglais, est étroitement associée à cette forme de tourisme (Fredman, 2000 ; Wolf-Watz, 2010 ; Beery, 2011). Les loisirs de plein air font référence de manière générale, aux activités récréatives qui sont dépendantes d'un environnement extérieur (Wolf-Watz, 2010 : 15). Le concept de tourisme de nature s'en discrimine par ses fondements, relatifs à la définition générale du tourisme, où la mobilité par rapport à un environnement quotidien est un aspect essentiel :

« *When performed away from the home area, outdoor recreation is also tourism, and more specifically, nature-based tourism or nature tourism. This is in line with the definition of nature-based tourism that includes “the activities of people residing in natural areas outside their environment (Fredman, 2009 : 62)”* ». (Wolf-Watz, 2010, 16)

Cette idée a un sens singulier et fondamental dans la culture suédoise, qui confère à notre terrain suédois des spécificités que nous aborderons plus en détails tout au long de cette thèse. Nous verrons notamment que le « plein air » renvoie à un vocable spécifique, « *Friluftsliv* », qui fait référence à une philosophie de vie au « grand air », au contact de la nature (voir Chapitre 3, paragraphe 4.1. page 124). Dans un contexte plus général, le plein air est associé à l’imaginaire d’une nature sauvage et valorise les grands espaces. Derrière le « tourisme de nature » donc, se profile l’image d’une « Nature avec un grand N, une nature mythique » (Boyer 2002 : 396).

4.2. Nuances et affinités entre écotourisme et tourisme de nature

Bien souvent dans la littérature scientifique et *a fortiori* dans l’argumentation promotionnelle des brochures touristiques, le « tourisme de nature » est rapproché, voire confondu avec la notion d’« écotourisme ». On pourrait même penser que le second terme soit simplement la forme contractée de la première expression. La frontière conceptuelle est souvent difficile à tracer pour certains, alors que la nuance est fermement pointée par d’autres, qui accablent la confusion des définitions – confusion largement liée au fait qu’il n’existe pas une définition claire et unique pour chacune de ces deux formes de tourisme, qui de surcroît partagent un certain nombre d’éléments communs.

Alain Grenier (2004) distingue le tourisme de nature et l’écotourisme en soulignant une ambiguïté du second concept : tourisme écologique ou tourisme d’écosystème ? Ambiguïté qui, selon lui, est malgré tout « reprise partout sans grande réflexion quant à sa véritable nature ». Il différencie donc le « tourisme écologique » (au sens responsable) qui renvoie à des pratiques écologiques, mais pas forcément en milieu naturel (vision selon laquelle le concept d’écotourisme doit être compris selon lui), du « tourisme d’écosystème », qui favorise l’approche par le milieu, et renverrait à l’idée plus générale du tourisme dans la nature. Ainsi, le qualificatif tourisme de nature, synonyme de « tourisme d’écosystème », évoque plus clairement la visite des espaces naturels, mais comprend des pratiques touristiques écologiques et non écologiques. Deux auteurs scandinaves, Peter Fredman et Liisa Tyrväinen, s’attaquent également aux ambiguïtés et à la perméabilité des définitions entre ces deux types de tourisme. Dans un article intitulé *Frontiers in Nature-based tourism* (2010), ils concluent que l’écotourisme est une sous-catégorie du tourisme de nature. Ils se basent pour cela sur une revue de la littérature scientifique internationale et examinent la multiplicité des définitions. Ils montrent que les définitions scientifiques du tourisme de nature incluent souvent une conscience

environnementale ou des motifs relatifs à la conservation de la nature comme éléments essentiels, alors qu'empiriquement, on observe nombre de pratiques moins durables, telles que des activités motorisées qui constituent une part importante des services offerts aux touristes. C'est finalement sur cette dimension durable que se joue la distinction : centrale dans la définition des activités écotouristiques, elle permet de distinguer l'écotourisme du tourisme.

« Scientific definitions [of nature-based tourism] often include environmental awareness or nature conservation motives as an inherent target while in practice, less sustainable practices such as motorized activities are often among the services offered to clients. Using motorized vehicles as part of a product to more easily reach the sites within the tourism destination is common today and motorized safaris (e.g. snowmobiling) often bring economic income to entrepreneurs. In spite of the positive image of the term nature-based tourism, it need not necessarily be sustainable, although it is an important goal to strive for both in theory and practice. Looking at nature-based tourism from a sustainability perspective will inevitably take us to the concept of ecotourism, which can be seen as a normative sub-category of nature based tourism». (Peter Fredman & Liisa Tyrväinen, 2010 : 180)

Finalement, le tourisme de nature est une catégorie englobante, incluant toutes les formes de tourisme qui évoluent dans les milieux naturels.

*

* *

Conclusion

La question du lien entre tourisme, aires naturelles protégées et conservation broyée ici d'un point de vue socio-historique se décline empiriquement autour de spécificités propres à chaque situation concrète. Cette thèse propose de l'aborder plus en détails à travers les cas des deux sites étudiés, qui couvrent plusieurs types d'aires protégées et notamment des parcs nationaux français et espagnol (pour *Pyrénées-Mont Perdu*) et suédois (pour *Laponia*) acteurs majeurs de la conservation de la nature dans les sites du Patrimoine mondial³².

³² Rappelons ici que l'Unesco n'est pas directement un acteur opérant la protection de la nature dans les sites désignés sur la liste du Patrimoine mondial sur la base de critères naturels. L'Unesco ne protège pas en soi mais contrôle l'efficacité des systèmes dédiés à cette mission.

Les politiques des grands sites européens labellisés tels que ceux-ci se trouvent au confluent de ces tensions et de ces enjeux qui concernent à la fois les acteurs et les observateurs du tourisme. Ainsi, pour les acteurs du tourisme, se posent les questions de la présentation de soi et de la définition d'un projet de développement local et de la place qu'y occupe le tourisme. Pour l'observateur, se pose la question de dépasser les catégories dont on a montré des limites dans ce chapitre, pour entrer dans l'analyse plus fine des dynamiques, des pratiques et des discours sur le tourisme.

Caractériser le tourisme à travers différents types de tourisme, c'est donc chercher à comprendre plus en détails la diversité des formes de tourisme, à travers les diverses visions associées à ces formes de tourisme. Cette réflexion est conduite dans cette thèse en s'appuyant majoritairement sur les points de vue endogènes et s'intéresse aux catégories locales du tourisme. Elle vise à mettre en lumière comment les populations vivant dans des aires naturelles protégées caractérisent le tourisme leur étant associé et avec lequel ils sont quotidiennement en interaction.

PARTIE II.

LE TOURISME REVELATEUR DU RAPPORT DEVELOPPEMENT-CONSERVATION

Cette deuxième partie aborde le développement du tourisme dans les deux sites d'étude selon une perspective ethnohistorique. Il s'agit de comprendre les formes actuelles du tourisme à travers leur profondeur historique.

Ma réflexion s'articule ici en deux temps :

- Le premier temps, objet du chapitre 3, explore la genèse du tourisme dans les montagnes lapones et pyrénéennes, et décrit les acteurs et les événements clés qui ont façonné l'histoire locale du tourisme. Il aborde l'évolution des motivations touristiques et des représentations des régions qui soutiennent le développement du tourisme à travers différentes phases historiques marquantes.
- Dans un second temps les chapitres 4 et 5 poursuivent cette réflexion en s'intéressant aux porosités entre le développement du tourisme et les autres activités et enjeux qui orchestrent le développement local des deux régions au cours du XX^e siècle et jusqu'à aujourd'hui (le chapitre 4 aborde ces questions pour le cas de Pyrénées-Mont Perdu et le chapitre 5 pour le cas de Laponia).

Nous saisissons la place du tourisme dans les dynamiques actuelles qui animent les deux régions en faisant varier les échelles d'espaces et de temps, c'est-à-dire en replaçant les réalités actuelles de ces localités dans le contexte du développement d'une région.

Bien que cette partie aborde la question du tourisme en tant que phénomène - c'est-à-dire une activité qui s'inscrit dans les dynamiques d'une région - je porte ici une attention particulière aux touristes en tant qu'acteurs à l'origine de ce phénomène. Ma réflexion prend en effet source dans l'exploration de l'histoire des touristes qui ont façonné le tourisme. Ainsi, le touriste ici n'est pas considéré comme un produit du tourisme, mais bien, comme le soutient Urbain (in Doquet & Evrard, 2008), comme celui qui rend le tourisme possible :

«I believe that it is the tourist who has made tourism possible». (Op.cit.: 178)

Chapitre 3

Genèse du tourisme dans les montagnes lapones suédoises et dans les Pyrénées françaises

1. L'histoire du tourisme comme témoin de la valeur du patrimoine



Figure 11. Première page de la brochure "Grands Sites Midi Pyrénées" distribuée largement dans la périphérie du site Pyrénées Mont-Perdu en été 2010.

L'été 2010, la brochure ci-dessus sur Gavarnie était distribuée dans tous les offices d'accueil des touristes aux alentours du site Pyrénées-Mont Perdu et en particulier dans les deux offices de tourisme de Gavarnie et de Gèdre. En une dizaine de pages, elle donne les informations essentielles sur les activités touristiques et les sites d'intérêt dans le secteur de Gavarnie pour les touristes estivaux. Elle regroupe également l'information sur l'hébergement et la restauration, de même que les prestations des guides et accompagnateurs montagne. La figure 11 ci-dessus présente sa première page, qui souhaite la bienvenue dans « un lieu unique au monde ». La page de garde qui la précède est une photo panoramique du cirque glaciaire de Gavarnie, célèbre monument naturel, décrit dans le commentaire en bas à droite sur la première page figurée ci-dessus.

Son titre accrocheur souligne le caractère « unique au monde » du lieu. L'attention du visiteur est attirée sur la dimension monumentale et majestueuse du cirque de Gavarnie, attestée par le détail

de ses mesures exceptionnelles explicitées dans le commentaire en bas à droite. Un paysage qui susciterait une émotion très forte chez qui le contemple, comme le suggère la question rhétorique posée dans le commentaire de la photo : « que dire de ce que l'on ressent lorsque l'on découvre Gavarnie ? ». « En fait les mots manquent, seuls les yeux écarquillés et la bouche ouverte témoignent de l'émotion qui envahit les visiteurs. « Il faut dire que la rencontre est impressionnante », poursuit le commentaire, précisant finalement que cette « expérience hors du commun » est renforcée par l'histoire du lieu, et en particulier celle des hommes venus le contempler depuis le XVI^e siècle, « artistes, scientifiques et montagnards du monde entier [qui] ont contribué à faire entrer ce monument dans la légende ». La preuve en est donnée par la citation d'une phrase saisissante d'un auteur de renom, Victor Hugo, s'extasiant de sa rencontre avec Gavarnie : « Quoique vous ayez pu voir, ce que vous apercevez maintenant ne ressemble à rien de ce que vous avez rencontré ailleurs ».

L'argumentaire promotionnel présente ainsi Gavarnie, haut lieu du tourisme pyrénéen, à travers non seulement le caractère exceptionnel et grandiose de son paysage, mais aussi à travers l'histoire de sa contemplation et des grands hommes qui ont participé à en faire un lieu emblématique. Lors de mes terrains à Gavarnie, j'ai été frappée de voir combien cette histoire est aujourd'hui présente, investie à la fois dans l'argumentaire promotionnel du site, mais aussi plus largement dans les discours des habitants du village que j'ai rencontrés. Cette mémoire attachée au tourisme local fait en effet l'objet d'une appropriation très forte. Une appropriation qui imprègne également matériellement le site et qui est facilement lisible pour qui visite Gavarnie, à travers des marqueurs témoignant de la reconnaissance historique du haut-lieu. Lors de mes enquêtes à Gavarnie en effet, en suivant les itinéraires les plus classiques des touristes pour m'imprégner de leur approche du site, j'ai constaté la présence de plusieurs panneaux d'informations valorisant cette histoire, tel que celui-ci-dessus reprenant l'extrait d'un poème de Victor Hugo inspiré de sa rencontre avec ce paysage.

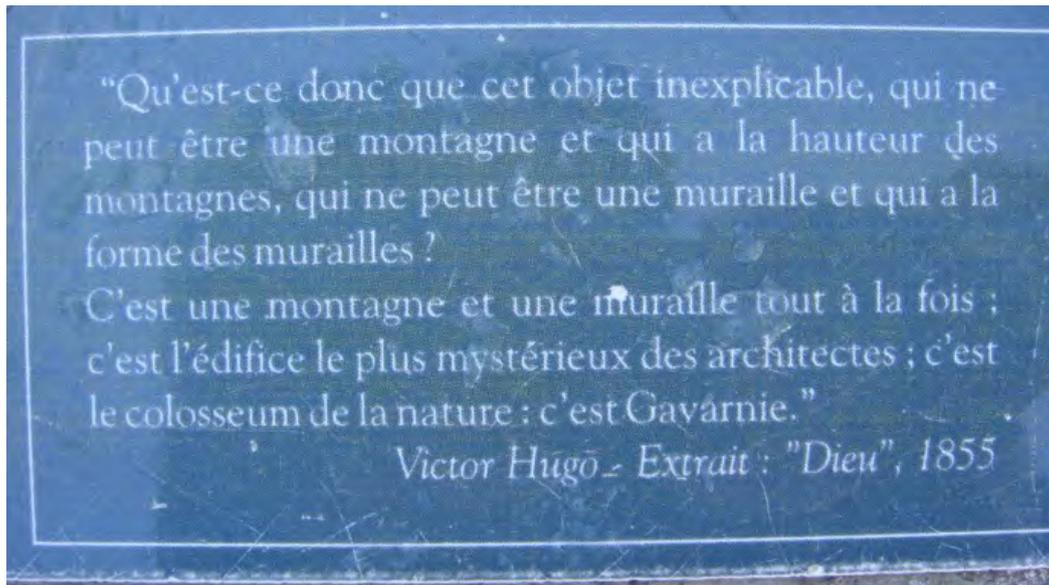


Photo 6. Extrait du poème *Dieu* de Victor Hugo imprimé sur un panneau d'information sur le chemin pédestre du cirque de Gavarnie, 2010. Photo : F.Revelin.

L'arrivée au village est symboliquement marquée par cette présence mémorielle : une statue d'un personnage emblématique de l'histoire romantique de Gavarnie, le conte Henri Russell, est érigée en mémoire de ce passé qui a magnifié cette région des Pyrénées : Russell était des ces hommes qui, au XIX^e siècle, ont participé à la découverte de la haute montagne et à la sublimation des paysages des Pyrénées. Sa statue, tournée vers le massif du Vignemale, massif voisin de Gavarnie dont il tomba amoureux et qu'il gravit plus de trente fois, est un symbole de la permanence des héritages de cette histoire.

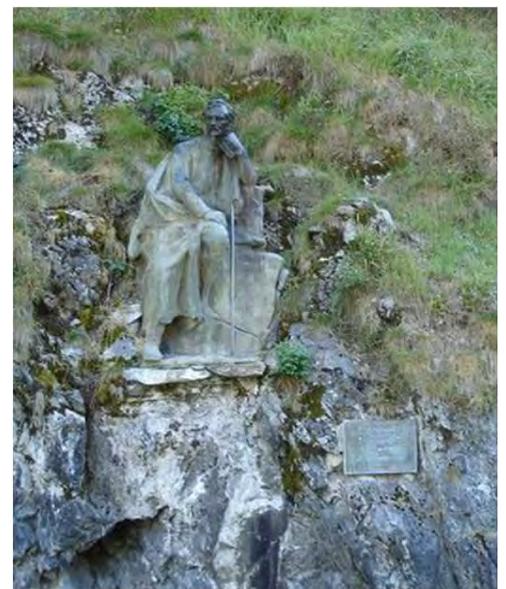


Photo 7 & 7 bis. Statue du Pyrénéiste Henri Russell (1834-1909) à l'entrée du village de Gavarnie. Photo : F. Revelin.

Dans ce chapitre, je m'attacherai à présenter plus en détails les moments marquants de cette histoire locale du tourisme qui est aujourd'hui mobilisée comme un éclairage de l'exceptionnalité du site, tant dans les argumentaires promotionnels que dans la vie quotidienne du village et dans les représentations de ses habitants. Retracer cette histoire permet aussi de comprendre comment est né et a évolué le tourisme du site pour prendre les formes actuelles auxquelles cette thèse s'intéresse.

En Laponie, on trouve également des traces de l'histoire des premiers touristes, mise en valeur en particulier dans les structures touristiques. L'affiche ci-dessous a été photographiée dans une auberge de jeunesse de la chaîne STF (*Svenska Turistföreningen*). Ayant développé un réseau de stations de montagnes et d'auberges de jeunesse partout en Suède depuis la fin du XIX^e siècle, STF se présente comme un pionnier de l'accès aux montagnes suédoises : « *STF som fjällpionjär* », « STF en tant que pionnier des montagnes ». Sur la photo de l'affiche, on voit des touristes dans les montagnes suédoises, au début du siècle dernier. L'encart en bas à droite retrace l'histoire de l'association touristique STF, née en 1885, et qui a joué un rôle majeur dans l'accès touristique et le développement touristique dans les montagnes du nord, comme nous aurons l'occasion de la voir plus en détail dans cette partie.



Figure 12. Affiche d'une auberge STF, sur l'histoire de l'association touristique, des premiers touristes et du rôle de STF dans l'émergence de la fréquentation touristique des montagnes lapones. L'affiche est titrée : "STF en tant que pionnier des montagnes ». Photo : F. Revelin.

En nous intéressant à la manière dont l'histoire locale est aujourd'hui mise en valeur pour promouvoir ces régions comme destinations de tourisme, ce chapitre vise également à mettre en lumière les spécificités historiques et les traditions qui sont à l'origine des formes actuelles du tourisme dans les deux sites étudiés. Comment les représentations de la nature et des paysages qui soutiennent les motivations et les imaginaires touristiques associées aux Pyrénées et aux montagnes laponnes se sont-elles construites à travers l'histoire ? Quelles manières de voyager et quels types de voyageurs ont esquissé le développement du tourisme dans ces régions *a priori* reculées et d'accès parfois difficile ?

J'aborderai ces questions à travers une exploration chronologique des figures de touristes pionnières, des valeurs et des événements qui ont marqué l'histoire du voyage dans ces deux régions depuis le XVII^e siècle.

2. Des expéditions naturalistes à la contemplation des paysages

Dans les montagnes laponnes comme dans le massif pyrénéen, les prémices du tourisme sont contemporaines de l'époque naissante du *Grand Tour*, vers le XVII^e siècle. Mais à la différence de Rome par exemple, ces régions ne sont pas répertoriées comme des étapes incontournables du *Tour* des jeunes aristocrates britanniques et européens. L'histoire de leur « découverte » touristique renvoie cependant également à celle de jeunes voyageurs érudits. À l'origine, la dimension scientifique des premiers voyages entrepris dans les Pyrénées et dans les montagnes laponnes est très forte (Schough, 2007 ; Wall Reinus, 2009 ; Briffaud, 1994). Les récits de voyage qui en découlent sont souvent, d'ailleurs, les premières descriptions documentées de ces régions, et constituent de riches ressources pour ceux qui entreprendront plus tard non seulement leur visite, mais aussi leur étude.

Parmi ces héritages, ceux laissés par les voyages pionniers des célèbres naturalistes tels que Linné et Regnard en Laponie, ou Ramond de Carbonnières et de Candolle dans les Pyrénées sont marquants. Sans prétendre à l'exhaustivité, je chercherai à comprendre à travers les exemples de figures importantes comment leurs expériences pionnières ont marqué l'histoire de ces régions et quels rôles elles jouent dans la création d'un nouvel imaginaire touristique associé à ces régions.

2.1. L'approche savante des premiers voyageurs de la Laponie

Le prêtre et écrivain suédois Olaus Magnus est désigné comme l'un des premiers allochtones à explorer, au XVI^e siècle, les terres nordiques du pays et à fournir des récits qui guideront ceux qui lui succéderont (Holmbäck, 2009). Mais selon la littérature consacrée aux premiers grands voyageurs de

la Laponie, celui qui est considéré comme le vrai premier touriste est français ; il s'agit de Jean-François Regnard, au XVII^e siècle :

« *Wiklund qualifie l'expédition de Regnard de 'premier voyage touristique jamais entrepris en Laponie', et selon Hilding Kjellman, 'son récit est la première description de nos régions les plus septentrionales'.* (Holmbäck, 2009 : 133)

Entreprenant cette aventure avec deux amis français en 1681, Regnard est décrit comme « un vrai touriste du XVII^e siècle : riche, plein de curiosité et friand de tout ce que le monde et la vie pouvaient lui offrir » (*ibid.* : 120). La publication posthume de *Voyage de Laponie* (Regnard, 1731) connaît un grand succès au cours des XVIII^e et XIX^e siècles, notamment en France, pays d'origine de Regnard. Ce succès a néanmoins été relativisé, comme le souligne Björnberg-Diot (2009), en raison des nombreux emprunts qu'il a fait à son prédécesseur suédois Johannes Scheffer. Ce dernier, humaniste, est l'auteur d'un ouvrage tiré de ses voyages et paru en latin en 1673, *Lapponia* (figure 13), puis traduit en plusieurs langues dont le français en 1678 (*Histoire de la Laponie*). *Lapponia* est considéré comme l'ouvrage classique fondateur dans la littérature consacrée à la situation des Lapons. Par les récits de leurs voyages, ces deux figures amorcent en Europe la découverte littéraire de la Laponie, de ses paysages, de ses habitants, des curiosités de la région et des sentiments, anecdotes ou épreuves survenus lors de leurs voyages. Par exemple, dans ses récits journaliers, Regnard décrit la gêne occasionnée par les moustiques en été, fléau de la région à cette saison, et rapporte les savoir-faire des Samis pour amoindrir leurs nuisances :

« *Nous tuâmes ce jour là dans les bois deux faisandeaux, trois canards et deux sarcelles, sans nous éloigner de notre chemin, pendant lequel nous fûmes extrêmement incommodés par des moucheron, qui sont la peste de ce pays et qui nous firent désespérer. Les lapons n'ont point d'autres remèdes contre ces maudits animaux que d'emplir de fumée le lieu où ils demeurent.* » (Regnard, édition de 1820 : 107)

Le célèbre botaniste suédois Carl Von Linné est sans doute celui qui marque le plus intensément l'imaginaire associé aux premiers voyages en Laponie. Linné pose sur cette région son regard naturaliste lors de son voyage réalisé en 1732 (la figure 14 présente l'itinéraire du voyage cartographié par Linné en 1732). Financé par la *Société royale des Lettres et Sciences de Suède*, ce voyage a pour objectif d'« instruire l'histoire naturelle de Laponie » concernant les trois règnes de la nature (animal, végétal et minéral) et la manière de vivre des hommes (Linné 2002 [1732] : 39). Par le récit de son aventure, *Iter Lapponicum* (1732) il rend célèbre la région à travers la narration journalière de ses étapes, de ses herborisations, de ses rencontres avec les paysages nordiques et avec le peuple sami (figure 15).

Les expéditions à caractère scientifique menées par ces voyageurs pionniers jouent un rôle de premier plan dans la découverte de l'intérieur des terres laponnes chez les érudits suédois et européens. La Laponie, terre samie alors presque inconnue - même de la population suédoise qui vit en grande majorité dans le sud du pays - se dévoile à travers ces regards naturalistes et ces descriptions des Samis et la région commence à attirer d'autres touristes. Les premiers récits de voyage alimentent un imaginaire largement imprégné du Romantisme qui prend son essor à travers l'Europe à cette époque. Ils décrivent une nature à la fois sublimée, hostile et terrible, comme l'illustre Linné, dans *Iter Lapponicum*, lorsqu'il fournit le commentaire synthétique de son voyage :

« J'ai vu les entrailles de la terre à 450 aunes de profondeur. Je suis monté dans le vent jusqu'à un mille. J'ai vécu l'hiver et l'été en un seul jour. J'ai traversé les nuages. J'ai visité le bout du monde ».
(Linné, 1732)

Déterminer qui, parmi ces figures, fut le premier vrai touriste n'est pas ce qui retient notre attention ici. Il s'agit plutôt de comprendre combien leur démarche et l'esprit de leurs voyages pionniers jouent un rôle déterminant en façonnant l'imaginaire et la connaissance de la Laponie. Ces pionniers en effet ont participé, à travers leurs diverses explorations et les récits qui en ont été issus depuis le XVII^e siècle, à la fois à documenter cette région peu connue à l'époque et à esquisser les fondements d'un imaginaire « touristique » lui étant associé. Mais ils ont aussi, *a fortiori*, amorcé le développement d'une tradition de voyages dans cette région, marquée par des manières spécifiques de l'aborder. Scheffer, Regnard ou Linné abordent et présentent en effet la Laponie à travers des approches qui oscillent entre ethnographie du peuple lapon et étude naturaliste. En somme, des approches largement imprégnées d'une dimension savante. Leurs récits suscitent un intérêt croissant pour la région auprès de la communauté scientifique et des élites intellectuelles à l'époque, qui commencent à imiter leur démarche (Schough, 2007).

Comme le premier chapitre de cette thèse le décrit, parmi les motivations qui animent le voyage, chercher à reconnaître ce que l'on a appris ou lu constitue une accroche importante, une mise en désir de lieux. Ces savants pionniers se situent à la genèse de ce phénomène, dans la phase de production des premiers récits. Ils façonnent la construction d'une image autour de la région. A travers ce que leurs œuvres mettent en lumière, ils renforcent la sélection des endroits qui méritent d'être vus (Bertho-Lavenir, 1999). Enfin et surtout, ils ouvrent un nouveau volet pour ces terres septentrionales jusque là perçues comme inconnues et hostiles : leurs descriptions en dévoilent un intérêt nouveau pour une région alors pensée comme aux confins de la terre et quasi impénétrable. Comme je l'ai souligné plus tôt, ces quelques figures ne constituent pas la liste exhaustive des tout premiers voyageurs qui ouvrent cette voie ; mais leurs voyages et les œuvres qui en découlent sont

emblématiques et sont devenus célèbres. Se diffusant à travers l'Europe occidentale, ces œuvres encouragent l'allochtone à pénétrer la Laponie : y voyager par curiosité, pour la science, pour son érudition personnelle ou pour imiter les pionniers est désormais possible et devient même désiré, en particulier par les élites.



Figure 13. Couverture de *Lapponia* (1673) de Johannes Scheffer, édition de 1673.



Figure 14. Première page de l'ouvrage *Iter Lapponicum* (1732) de Carl von Linné, édition de 1732. Carte schématisant l'itinéraire de Linné en Laponie. Source : gallica.bnf.fr / Bibliothèque nationale de France.

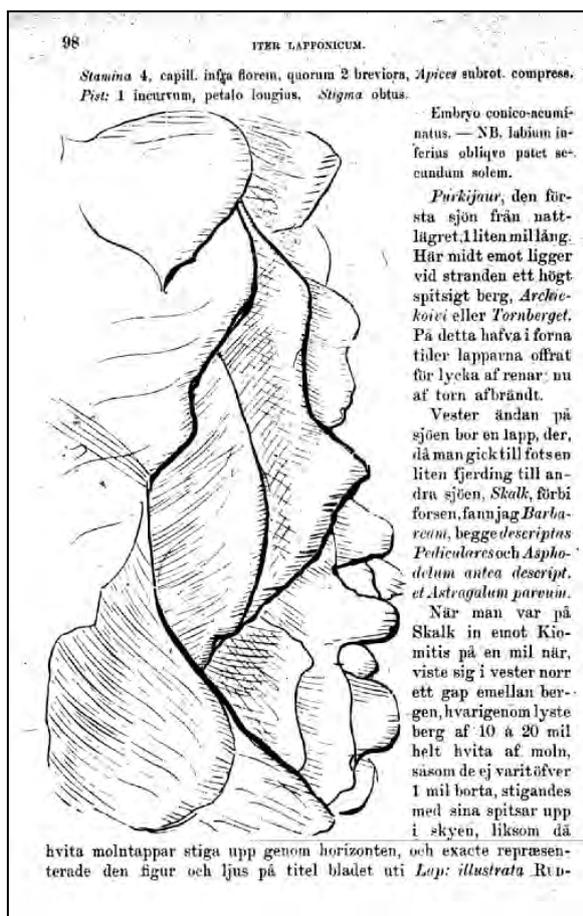


Figure 15. Page 98 l'ouvrage *Iter Lapponicum* (1732) de Carl von Linné, édition de 1732. Croquis représentant les montagnes dans la région de Jokkmokk (paysage présenté verticalement). Source : gallica.bnf.fr / Bibliothèque nationale de France.

Traduction de Paul-Armand Gette, édition de 2002 : 180 :

« 1^{er} Juillet. *Purkijaur*, le premier lac, après le gîte nocturne, est long d'un petit mille. Ici en face, à côté de la plage, se trouve une haute montagne pointue : *Archiekoivi* ou *Tornberget*. Là, les Lapons ont sacrifié des rennes pour la prospérité ; maintenant brûlée par la foudre.

A l'extrémité ouest du lac habite un Lapon. De là, quand on marchait à pied un petit quart de mille jusqu'à l'autre lac, passant le torrent je trouvais *Barbarem*, les deux *descriptas Pedicularis et Asphodelum antea descript. et Astragalum parvum*.

Quand on était sur *Skalk* vers *Kiomotis*, à près d'un mille, on voyait au Nord-ouest une gueule entre les cimes par où brillaient des montagnes éloignées de 10 à 20 milles, toutes blanches de nuages, comme si elles n'étaient pas plus éloignées d'un mille ; elles montaient dans les nuages avec leurs sommets, comme quand des nuages moutonnant montent à travers l'horizon, et elles représentaient *exacte* l'illustration et la perspective de la page de titre de *Lap. Illustra* de Rudbeck ; oui, rien d'autre que montagnes sur montagnes. En un mot, je voyais la haute montagne. »

2.2. Des naturalistes à la découverte des Pyrénées

Dans les Pyrénées, l'histoire des regards allochtones portés sur la chaîne montagneuse présente des traits communs avec ce qui vient d'être décrit pour la Laponie : l'approche savante y joue un rôle central à partir du XVII^e siècle (Briffaud & Davasse, 2007)³³. Cependant, d'autres influences comptent dans le processus d'appropriation des montagnes à cette époque ; l'Etat moderne en particulier tient une place d'avant-garde. En effet, la vision centralisée du royaume qui prend son essor sous le règne de Louis XIV stimule l'appropriation de la montagne autour de plusieurs enjeux : d'un point de vue symbolique, comme frontière du royaume et du point de vue de ses ressources naturelles.

« Le pouvoir royal en plein essor se nourrit des symboliques montagnardes : les sommets inviolés des montagnes renvoient à l'absolu du pouvoir monarchique, et l'appropriation des espaces exige leur érection en frontière. Même si la réalité est bien différente, la société montagnarde étant économiquement et culturellement tournée vers les vallées espagnoles, c'est cette vision « centralisée » qui contribue à fabriquer le paysage pyrénéen. D'autant que l'État inventorie aussi les ressources, et surtout le bois dont on fait les matures : un ingénieur comme Froidour, mandaté par Colbert, laisse une description extrêmement précise, qui préfigure les grandes enquêtes statistiques de l'époque révolutionnaire ». (Lynch, 1999)

Cette attention accrue portée aux Pyrénées, frontière méridionale du royaume, aboutit notamment à la création d'un riche corpus documentaire. Mais à partir de la fin du XVII^e siècle, c'est bien la motivation scientifique qui conduit vers les Pyrénées leurs premiers voyageurs pour compléter la connaissance du massif. A cette époque, les théories physiques et la géologie placent au cœur de leurs préoccupations la question de l'origine de la terre. La montagne est alors conçue comme un modèle privilégié pour aborder cette question, un laboratoire ouvert qui permet l'observation de l'histoire naturelle de la terre (Briffaud, 1994).

D'origine scientifique, les regards qui découvrent les Pyrénées se fondent progressivement dans une approche contemplative du massif, liée à l'esthétisation des paysages. Marcel Lavedan souligne cette évolution dans ses *Monographies* (1964) :

« [...] à l'ère du pré-pyrénéisme, on va à la montagne pour l'étudier ; l'émotion artistique, le sens de leur beauté, de leur grandeur viendront plus tard, naissant de leur incessante fréquentation ». (Op.cit. : 228)

L'historien Serge Briffaud détaille cette naissance lente et progressive d'une sensibilité nouvelle aux Pyrénées. Il explique que ce glissement des regards s'inscrit dans un mouvement plus vaste de « découverte de la montagne » qui se développe en Europe occidentale dans la seconde moitié du

³³ Ce chapitre s'inspire largement des nombreux travaux de l'historien Serge Briffaud sur les Pyrénées, très éclairants pour les réflexions présentées dans ce chapitre.

XVIII^e siècle (Briffaud, 1994, 1995). Ce mouvement conduit les groupes sociaux dominants d'Europe à valoriser la montagne comme espace de recherche et de loisir. Alors que les Alpes sont au cœur du mouvement, la découverte des Pyrénées est plus lente et plus tardive. Les Alpes en effet concentrent des intérêts majeurs à l'époque, en raison d'enjeux stratégiques et économiques liés à leur position centrale en Europe occidentale. Elles sont également un lieu de passage pour les voyageurs qui se destinent à visiter l'Italie, l'incontournable du *Grand Tour*. Alors que dans le dernier quart du XVIII^e siècle, la mode du voyage alpin se répand comme un phénomène de société chez les élites européennes, les toutes premières descriptions des Pyrénées apparaissent seulement. Les regards qui commencent à se tourner vers leur découverte sont donc influencés et façonnés par ce qui se produit en amont dans les Alpes et par ces nouvelles représentations de la montagne qui se diffusent dans les classes bourgeoises d'Europe (Briffaud, 1995).

L'ouvrage pionnier de Louis Ramond de Carbonnières, *Observations faites dans les Pyrénées pour servir de suite à des observations sur les Alpes* (1789) (figure 16), est exemplaire de cette transposition:

« En 1789 paraît le premier grand livre pyrénéiste, les 'Observations faites dans les Pyrénées pour servir de suite à des observations sur les Alpes', de L.F.E. Ramond de Carbonnières. Il n'est pas hasardeux que le titre de cet ouvrage fondateur, amené à devenir par la suite la « Bible » du Pyrénéisme, nous ramène à l'antériorité alpine et place la découverte des Alpes sous le signe d'un simple élargissement des horizons offerts aux « explorateurs » de montagnes ». (Briffaud, 1995 : 226)

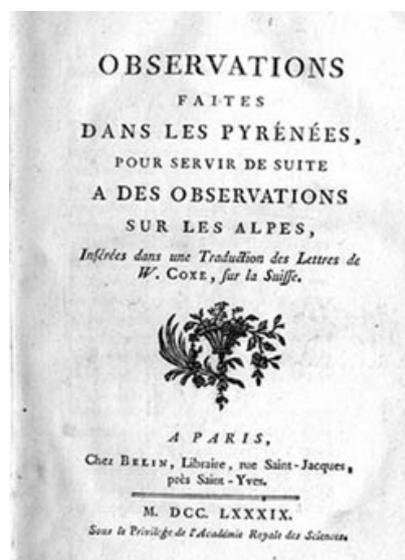


Figure 16. Couverture de l'ouvrage de Ramond de Carbonnières : *Observations faites dans les Pyrénées pour servir de suite à des observations sur les Alpes* (1789).

Comme en Laponie, les montagnes pyrénéennes ont donc suscité l'intérêt de grands naturalistes vers la fin du XVIII^e siècle et *a fortiori* au XIX^e siècle. Louis Ramond de Carbonnières -surnommé « Ramond »-, puis Augustin Pyramus de Candolle et plus tard Franz Schrader comptent parmi les plus célèbres. Ramond accomplit de nombreuses premières (e.g. la brèche de Rolland, près de Gavarnie, ou le Mont-Perdu) qui alimentent des récits renommés, tels que celui cité ci-dessus (figure 16), ou encore *Voyages au Mont-Perdu et dans la partie adjacente des Hautes-Pyrénées* (1801). Ce voyageur pionnier a laissé une empreinte importante dans l'histoire de la découverte de ce massif montagneux et un sommet des Pyrénées espagnoles a été baptisé à son nom par le géographe Franz Schrader en 1872 : le Soum de Ramond. L'exploration de la montagne par ces pionniers avait avant tout un dessein savant. Ramond par exemple s'attachait comme Linné le faisait en Laponie, à inventorier la flore des Pyrénées. Ses nombreuses herborisations donnèrent lieu à la découverte de nouvelles espèces, dont une endémique renommée qui porte aujourd'hui son nom, la Ramonde des Pyrénées (*Ramonda pyrenaica*). Au début du siècle suivant, Augustin Pyramus de Candolle se distingua aussi pour ses riches récits naturalistes, issus de sa grande traversée des Pyrénées, notamment *Voyage de Tarbes* en 1807.

2.3. La découverte des montagnes promue par les récits et les images

« Autant que la forme du déplacement, c'est le regard qui fait le touriste, et aussi l'écriture, car il est un homme de papier en même temps que de paysages. Longtemps, il écrit – et le récit de voyage est un grand genre du XIX^e siècle naissant ». (Bertho-Lavenir, 1999 : 43)

L'héritage fondamental laissé par ces grands pionniers du voyage en Laponie et dans les Pyrénées, ce sont d'abord leurs récits. Comme le souligne Catherine Bertho-Lavenir dans la citation ci-dessus, le récit de voyage devient un « grand genre littéraire » du XIX^e siècle, et les figures que je viens d'évoquer en sont les précurseurs pour les deux régions auxquelles je m'intéresse. Bertho-Lavenir (1999) décrit avec précision dans son ouvrage intitulé *La roue et le stylo* que l'écriture du voyage suit une structure où le récit respecte scrupuleusement la progression géographique et temporelle du voyage, souligne les endroits stratégiques, décrit les paysages et monuments rencontrés, et donne place aux sentiments et sensations éprouvés par son auteur :

« On saura ce que le voyageur a vu, ce qu'il a ressenti, si le point de vue était beau et le soleil brulant ». (Op.cit. : 44)

Ces récits se diffusent dans la société et surtout auprès des classes dominantes d'Europe. Outre leur apport à la connaissance scientifique des régions, ils remplissent deux fonctions majeures : ils offrent aux lecteurs à découvrir des territoires à travers cette littérature en fixant une grille de lecture ; et ils offrent également des modèles de comportement en faisant office d'exemples à suivre, incitant de

nouveaux voyageurs à suivre cette mode et à considérer le monde à travers cette vision promue par les récits.

Dans les années 1820-1830, la production d'ouvrages relatifs aux Pyrénées prolifère et atteint une ampleur comparable à la production alpine un demi siècle plus tôt (Briffaud, 1995). Cette production ne comprend pas uniquement des récits de voyages comme on l'a vu, mais aussi des descriptions géographiques, des études scientifiques ou des albums d'artistes. Outre l'écriture, l'image y occupe progressivement de plus en plus d'espace. Cette tendance, qui prend une ampleur importante dans les années 1840, marque une nouvelle ère du regard porté sur le paysage montagnard et des lectures dont il est l'objet. Jean Cassou (1967) souligne en effet l'importance de l'image dans l'apparition d'une sensibilité nouvelle aux paysages et dans la diffusion des pratiques de voyage dans la société européenne pendant toute la période Prémantique et Romantique (XVIII^e et XIX^e siècle):

« Dans leurs voyages, les hommes de ce temps ont été en quête de paysages et de monuments, ils ont recherché l'alliance du paysage et du monument partout où elle se rencontrait et l'ont reproduite dans leur imagerie. Et cette imagerie, qui, si puissamment incitait au voyage, a connu une diffusion énorme grâce à l'invention et au succès de la lithographie, et aussi à l'apprentissage du dessin, devenu exercice familier et obligé de tout honnête homme comme de toute demoiselle bien élevée » (Cassou, 1967 : 25).

Dans les Pyrénées, l'image est véhiculée principalement par les livres, sous forme de gravures, ou détachée, sous forme de lithographie, contrairement aux Alpes peintes. En effet, ces dernières, qui inspirent cent ans plus tôt une production imposante de toiles, sont le champ d'expression privilégié du Romantisme pictural : Caspar Wolf, Robert Cozens, Francis Towne, William Turner, Caspar Von Friedrich comptent parmi les artistes les plus célèbres qui ont peint les Alpes vers la fin du XVIII^e siècle. *Der Wanderer über dem Nebelmeer*³⁴ (1818) (figure 17), très célèbre tableau du peintre allemand Caspar Von Friedrich ne saurait mieux illustrer cette tendance. Il met en scène un voyageur contemplant depuis les sommets accidentés la mer de nuages et symbolise un tournant - romantique - dans la représentation de la nature, jusque là pensée comme hostile à l'homme.

³⁴ Ce titre est communément traduit en français par *Le Voyageur contemplant la mer de nuages*.



Figure 17. *Der Wanderer über dem Nebelmeer (1818)* de Caspar David Friedrich. Huile sur toile.

A la différence de ces chefs d'œuvres de l'art qui célèbrent les Alpes, la lithographie et les gravures pyrénéennes produites au début du siècle suivant (XIX^e siècle) (figure 18) ont davantage vocation à la diffusion, comme Jean Cassou (1967) le met en lumière dans la citation précédente. Ces imageries plus mobiles s'inscrivent *a fortiori* dans un dessein touristique, en constituant l'ébauche de premiers souvenirs touristiques :

« Derrière le moyen, on saisit la fonction : la lithographie précède la carte postale ; elle est vendue au touriste qui gardera grâce à elle à la fois un souvenir de son séjour et un témoignage visuel apte à évoquer un vécu, à susciter la gratification sensible et gratifiante de ceux qui n'ont pas été du voyage. Autour de la lithographie et avant la photographie, se construit le rôle social du souvenir touristique ». (Briffaud, 1995 : 227)



Figure 18. *Brèche de Rolland* (1829) par Justin Jourdan, dans *Vues prises des Pyrénées françaises* d'Emilien Frossard. Gravure.

Dans la seconde moitié du XIX^e siècle, le géographe Franz Schrader compte parmi ceux qui contribuent massivement à produire une iconographie autour des Pyrénées. Dans la veine des savants explorateurs, il initie une étude topographique complète et fournit notamment les premières cartographies du massif (figure 19). La diffusion de la cartographie, nous le verrons de manière plus détaillée plus tard, joue également un rôle majeur à la fois dans la connaissance du massif, mais aussi dans le développement du tourisme, puisqu'elle constitue un outil précieux en fournissant des repères à ceux qui entreprennent à la suite de ces pionniers la visite du massif.

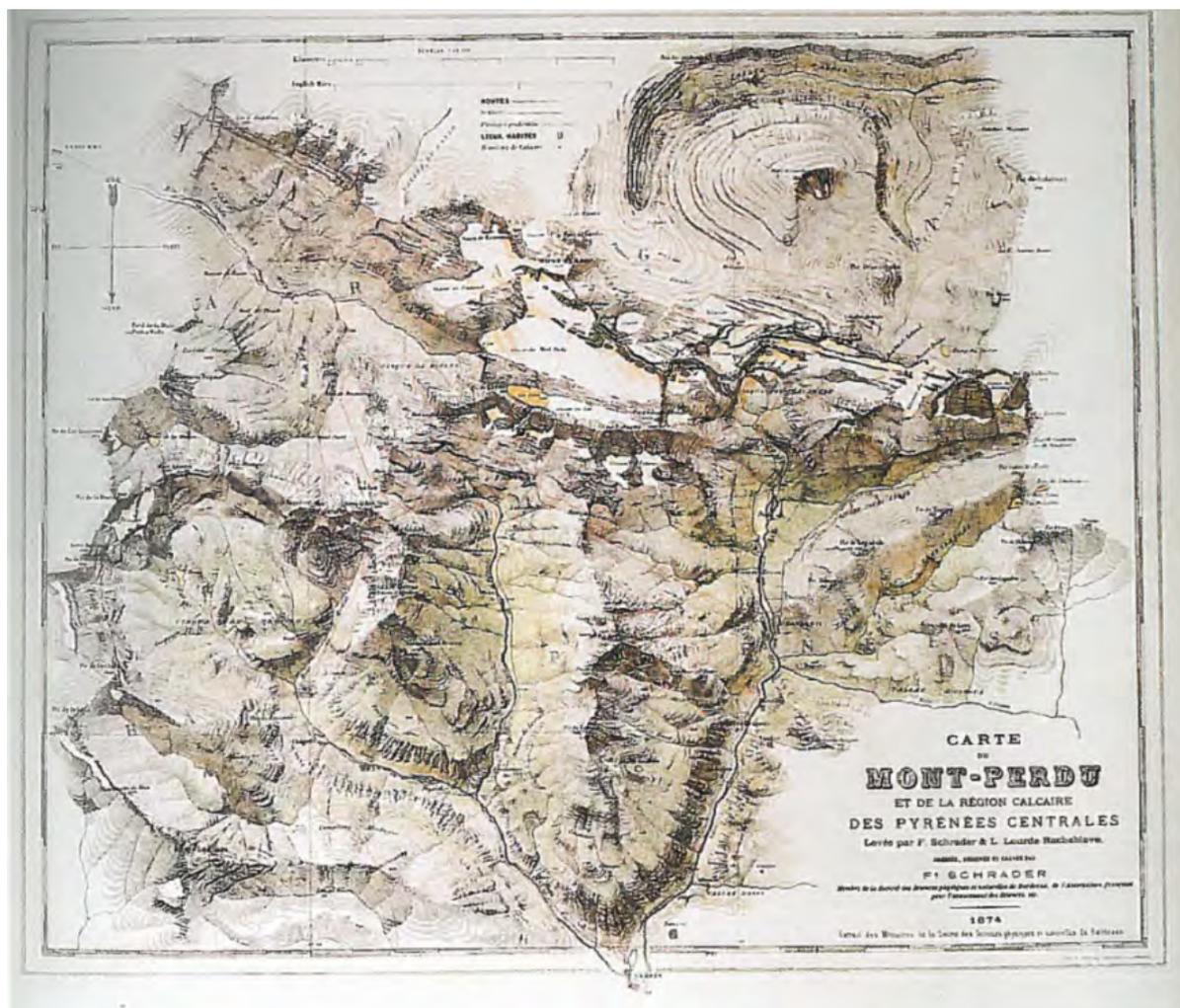


Figure 19. Cartographie du massif du Mont-Perdu (1874) par Franz Schrader. Publiée dans le Bulletin du Club alpin français (CAF), échelle 1/40000.

Lorsque l'on met en perspective la naissance du tourisme dans les Pyrénées et dans les montagnes lapones, on observe une histoire qui présente des similarités, à la fois dans l'esprit des voyages pionniers et dans le rôle qu'ils ont joué pour façonner une image, un imaginaire et des mœurs touristiques. Une histoire, en somme, qui marque l'Europe occidentale. Les œuvres savantes, cartographiques, artistiques, ou littéraires issues de ces voyages ont dessiné un imaginaire des montagnes ancré d'abord dans une approche naturaliste - savante - des massifs et dans une sensibilité à la montagne. L'intérêt pour les mœurs locales et la vie des communautés montagnardes a aussi sa place dans ces œuvres :

« On s'intéressait alors à la société dans laquelle on était reçu, autant qu'aux monuments et aux paysages » (Bertho-Lavanir, 1999 : 43)

Bernard Debarbieux (1995) souligne cependant que l'intérêt pour les us et coutumes résonne moins avec la société du XIX^e siècle, dans laquelle la curiosité s'aiguise davantage autour des choses de la nature, se traduisant « par un triomphe de l'histoire naturelle, dont la montagne fut un terrain

privilegié d'observation et d'expérimentation, un véritable laboratoire » (Debarbieux, 1995 : 15). Cet intérêt croissant pour la montagne est associé aux conditions exceptionnelles d'observation qu'elle présente : « grande diversité de paysages et de milieux, rôle de la variation de l'altitude, des gradients climatiques et de l'étagement de la végétation » (*op. cit.*). Enfin, l'auteur souligne que la beauté et l'intelligibilité des paysages de montagne, pensés comme propices à observer des formes primitives de la nature, sont nées l'une de l'autre :

« La curiosité des savants est aiguisée par les nouveaux plaisirs nés de la contemplation et de la fréquentation des montagnes ». (Op. cit.)

Ces nouveaux plaisirs stimulent donc un attrait particulier de la montagne comme destination de voyages. Les récits et les images font naître une nouvelle ère pour ces espaces longtemps pensés comme hostiles et marginaux, une ère marquée par le tourisme. Le danger, l'inconnu et le mystère qui jusqu'au XVII^e siècle étaient au cœur des représentations leur étant associées laissent place à la curiosité savante et à l'intérêt pour les plaisirs de la contemplation et les bienfaits de la montagne. Nous allons maintenant voir que ce glissement est aussi largement soutenu par les grands mouvements qui se développent en Europe à l'époque.

2.4. Esthétique romantique

2.4.1. Un nouveau modèle paysager : le sublime

« Le Romantisme a été une grande époque de voyages' écrit Jean Cassou ; l'art d'être touriste est un de ses fondements ». (Boyer, 2005 : 185)

Marc Boyer le résume clairement : Romantisme et tourisme ont des racines communes. On a vu en première partie combien l'évolution du tourisme est révélatrice des grands mouvements de société. Le lien entre tourisme et montagne à l'époque romantique en est une illustration éloquente. Les montagnes en particulier sont un champ d'expression et d'inspiration privilégié du Romantisme en plein essor dans la société européenne des XVIII^e et XIX^e siècles. Réciproquement, le Romantisme et la diffusion des œuvres qu'il inspire contribuent à renforcer les motivations qui valorisent la montagne et les espaces naturels comme destinations de voyage.

Cette époque a une influence considérable sur les représentations qui se construisent en lien aux deux régions étudiées. Elle imprègne les sensibilités et s'incarne dans la naissance d'un nouveau modèle paysager : le sublime. Ce modèle est issu d'une combinaison complexe entre la découverte des beautés de la montagne et du littoral au XVIII^e siècle. Il est introduit peu avant le XIX^e siècle par le développement de la théologie scientifique, c'est-à-dire, comme je l'ai mentionné plus tôt, de la

curiosité des savants à l'égard du fonctionnement de l'univers et de l'origine de la terre (Cadiou et Luginbühl, 1995). Le sublime a un succès considérable pendant toute la période romantique et contraste avec les premiers modèles paysagers nés au XVI^e et XVII^e siècle du *Landskap* flamand, qui valorise les paysages de campagne bucoliques reflétant l'harmonie entre les hommes et leur territoire domestiqué et fécond. Par opposition à cette campagne bucolique, la « grande nature » nécessitait l'invention d'un nouveau modèle paysager ; Cadiou et Luginbühl (1995) nous expliquent qu'il sera fourni par l'émergence de l'idée d'un rêve prométhéen désormais accompli : vaincre la nature, imaginer que tout obstacle peut être franchi grâce à la technique et à la supériorité de l'homme sur la nature.

« Ce modèle, le sublime, qui qualifie en même temps la victoire de l'homme sur la peur des grands horizons, des gouffres insondables de la montagne, des tempêtes de la mer, etc. L'essor de l'alpinisme contribue également à ancrer ce modèle dans l'imaginaire et à le diffuser dans la société ». (Op.cit.: 21)

Cette évolution du regard porté sur la montagne ne vient qu'attester combien, selon les époques, elle a suscité des sentiments contradictoires :

« Pendant des siècles, elle fut aux yeux des gens des plaines et des voyageurs, horrible » (Boyer, 2005 : 222).

Avant sa révolution touristique, elle symbolisait l'effroi et le monstrueux, au même titre que les mers tempétueuses. C'est donc avec ses premiers touristes mais aussi dans le contexte d'une sensibilité aiguisée par le Romantisme, que naît de ce lieu de dérégulation qui sépare, le sentiment de la montagne comme « un espace merveilleux, qui attache et ravit, et introduit au sublime » (*ibid.*).

2.4.2. Le sublime nordique et le Wilderness suédois

L'exposition *A Mirror of Nature, Nordic Landscape painting 1840-1910*³⁵, présente exemplairement l'émergence du sublime nordique au XIX^e siècle³⁶. Elle montre l'influence des productions artistiques de cette période dans la consolidation des représentations des paysages de nature sauvage sublimée et de leur signification singulière dans les pays scandinaves :

“This exhibition explores Nordic attitudes to nature and the significance which landscape has had, and continues to have, in Nordic culture and thinking. Landscape painting assumed particular importance around the middle of the nineteenth century, when landscape subjects became crucial symbols in the Nordic countries' search for national identity. At the same time, the landscape art of

³⁵ L'exposition a circulé en Suède, Norvège, Finlande et au Danemark entre 2006 et 2008.

³⁶ Marie Roué, communications personnelles.

the region was open to wider European influences, evolving in a field of force between the national and the international". (www.artsmia.org, consulté en 2012)

Cette exposition présente la complexité du paysage nordique, peint et représenté à travers une diversité d'influences artistiques. Pour permettre de mieux saisir cette diversité, l'exposition est articulée autour de plusieurs thèmes, dont un spécifiquement dédié au « sublime nordique ». Le tableau du peintre norvégien Peder Balke (1840) (figure 20) affiche de manière emblématique cette dimension sublime des paysages, caractérisée par une beauté à la fois terrifiante et accablante. Il représente le glacier de Jostedal en Norvège :



Figure 20. Le Glacier Jostedal (1840) par Peder Balke. Huile sur toile.

A travers la production artistique scandinave, touchée par les influences du Romantisme, l'exposition nous permet de mieux comprendre comment le sentiment du « wilderness nordique » s'est émancipé au cours du XIX^e siècle. Les commentaires associés aux œuvres expliquent que ce sentiment est devenu « un symbole national essentiel à travers le Réalisme, avec la vénération de la fidélité à la réalité, au paysage hautement intime et révélateur de sentiments » (traduction de l'auteure, site officiel de l'exposition, 2012). L'intensité de ce sentiment est communément attribuée à la situation géographique et démographique des pays scandinaves, où la population peu dense côtoie en permanence de grands espaces naturels propices à l'exaltation d'un lien profond à la

nature (voir par exemple le texte de l'exposition ; Fredman *et al.*, 2006 ; Wolf-Watz, 2010; Wall-Reinus, 2009a ; Roué, 2011).

Cette image sublimée des montagnes sauvages de ces régions nordiques circule et se diffuse à travers les œuvres produites par les voyageurs. En Scandinavie, et *a fortiori* dans la société suédoise, elle fait l'objet d'une appropriation très forte de la part de la population, profondément attachée aux symboles d'une nature sauvage et pure. Nous verrons d'ailleurs plus loin combien les valeurs suédoises associées à la vie en plein air sont révélatrices de cette appropriation (voir paragraphe 4.1. sur le *friluftsliv*). Le sublime nordique et l'esthétisation des paysages sauvages du nord résonnent dans l'édification du wilderness nordique comme symbole national. Il prend une signification cruciale dans la société suédoise du XIX^e siècle, comme l'explique Marie Roué (2011) à travers l'exemple évocateur de l'hymne national suédois :

« Dans la rhétorique nationale du XIX^e siècle, l'austère rudesse de la nature nordique, son climat froid et son peu de besoin matériel étaient liés à des qualités morales. Tous les hymnes nationaux nordiques célèbrent la nature. L'hymne national suédois commence ainsi : 'Thou ancient, thou freeborn, thou mountainous North, in beauty and peace our hearts beguiling'. Cette référence à l'ancien et libre nord montagnoux dont "la beauté et la paix séduit nos cœurs" nous fait mesurer l'importance de cette région de Laponie dans l'imaginaire suédois, et l'appropriation très forte de ces montagnes, dès que les voyageurs purent y accéder ». (Roué, 2011 : 61)

Comme l'évoque l'auteure en fin de citation, le voyage vers les montagnes lapones est très valorisé dans la société suédoise dès la fin du XIX^e siècle. Il est soutenu par les valeurs nationalistes et les représentations de la nature sauvage du nord (Wall Reinus, 2009a). Il marque le début d'une nouvelle ère touristique dans les terres septentrionales de Scandinavie, ancrée en particulier dans une tradition de tourisme domestique, c'est-à-dire des Suédois qui voyagent dans leur propre pays dans ce contexte de valorisation du paysage nordique sauvage devenu un symbole national.

2.4.3. Le paysage pyrénéen sublimé

Sous l'influence des allers-retours qui se créent entre l'iconographie produite autour des montagnes d'Europe occidentale (peinture, lithographie, gravure) et la contemplation à l'origine de cette production, s'aiguise une sensibilité au paysage. Dans les Pyrénées, la montagne des naturalistes et des scientifiques cède progressivement du terrain au goût de la contemplation. A travers ce glissement la montagne se charge d'un sens nouveau, aussi bien du point de vue des représentations à partir desquelles elle prend une signification particulière pour ses contemplateurs que du point de vue des perceptions sensorielles.

Le géographe Franz Schrader par exemple, qui a décrit, dessiné et cartographié les Pyrénées comme nous l'avons précisé, illustre la montée en puissance de cette sensibilité, dans la combinaison entre

son approche naturaliste et esthétique du massif. Sa fascination pour le cirque de Gavarnie et l'œuvre qu'elle nourrit en témoigne singulièrement. Selon Berdoulay et Saule-Sorbé (1999), il entendait combiner les apports de l'art et de la science pour améliorer la connaissance géographique en peignant le cirque.



Figure 21. *Cirque de Gavarnie* (vers 1880) par Franz Schrader. Huile sur toile.

2.5. L'influence de l'hygiénisme

2.5.1. *Thermalisme pyrénéen et diffusion des modèles paysagers*

Sous l'influence de l'hygiénisme, la montagne devient fortement associée à l'idée de pureté. Ce mouvement vers la valorisation des « bienfaits » de la montagne comme « cure de santé » (Debarbieux, 1995) déclenche, sous l'impulsion des Suisses et des Allemands en particulier, un essor

du thermalisme dans les stations alpines et pyrénéennes. Serge Briffaud (1994) met l'accent sur le rôle fondamental joué par les pratiques thermales dans la découverte touristique de la chaîne pyrénéenne, de manière continue entre le XVI^e et le XIX^e siècle. Cependant, les curistes de cette époque n'accèdent pas à la haute-montagne, encore enclavée. Ainsi, le versant français du site Pyrénées-Mont Perdu, et notamment ses communes de Gavarnie et de Gèdre auxquelles je me suis plus particulièrement intéressée, restent assez longtemps difficilement accessibles. De manière générale, le rôle du thermalisme dans l'exploration de la haute montagne est moindre dans les Pyrénées que dans les Alpes.

Il s'opère une division verticale de la montagne, où toutes les strates ne sont pas découvertes ni investies de la même façon par les touristes à l'époque.

« Le mode de représentation propre à l'image romantique, fondé sur une esthétique de la variété et du contraste exprime une perception qui distingue dans les montagnes plusieurs strates ou niveaux paysagers. L'une de ces distinctions est essentielle : celle qui s'opère sur le plan vertical et génère une bipolarisation des paysages fondée sur l'opposition entre des vallées et la haute montagne ».
(Briffaud, 1995 : 242)

D'une part donc, comme nous l'avons déjà vu, les savants explorateurs investissent la haute montagne, plus difficile d'accès, pour son exploration naturaliste :

« La haute montagne reste par excellence un lieu réservé au savant ». (Op.cit. : 243)

L'auteur parle même de *regard statistique* pour évoquer les explorateurs des plus hautes strates, à travers l'exemple du Grand-Maitre des Eaux et Forêts, Louis de Froidour, voyageur inlassable qui gravit les cimes pour dépasser la gêne visuelle des fonds de vallées et ainsi atteindre une perspective qui lui permette de saisir en un coup d'œil l'identité forestière du massif.

D'autre part, les strates moins élevées de la montagne - les vallées - correspondent à celles visitées par les curistes. Cette nouvelle vague de touristes qui participe à la découverte des Pyrénées au XVIII^e-XIX^e siècle se cantonne donc à ces étagements moins élevés de la montagne. Séjournant dans les stations thermales au centre de la chaîne, ils n'abordent guère les hautes régions encore réservées à une élite savante et se contentent de découvrir les paysages pastoraux des alentours de leurs lieux de villégiature par des parcours en étoile.

2.5.2. L'exemple de la naissance d'un site : le cas de Gavarnie

Dans la petite zone du versant français de la région centrale des Pyrénées qui nous intéresse, l'emprise du thermalisme se renforce au XIX^e siècle, en particulier grâce aux visites de l'impératrice Eugénie³⁷. Épouse de l'empereur Napoléon III, elle fréquente régulièrement les thermes de Luz-Saint-Sauveur. Elle a la curiosité contagieuse de venir découvrir les paysages de haute montagne environnants et en particulier le cirque de Gavarnie, qui connaît alors les prémices d'une réputation relayée par les premiers écrivains romantiques, artistes et scientifiques qui s'y étaient rendus. Cette curiosité participe au désenclavement de la vallée par l'aménagement d'une route perçant les sombres gorges de Luz-Saint-Sauveur jusqu'à Gavarnie (voir chapitre 4). Ses traces croisent ainsi celles des intellectuels et des notables qui dressent un portrait romantique du cirque de Gavarnie, monument naturel qui centralise les regards.

Gavarnie est de loin le site le plus représenté des Pyrénées, dans l'image comme dans le texte. La première image connue de sa représentation date de 1781, par le géographe François Flamichon.



Figure 22. Cirque de Gavarnie (1781) par François Flamichon.

Il s'agit d'une caricature fantastique du cirque, cependant reconnaissable, qui reflète l'enthousiasme suscité par l'exemplarité géologique de ce paysage. A l'époque où Flamichon réalisait cette

³⁷ La première visite de l'Impératrice Eugénie aux thermes de Luz-Saint Sauveur eut lieu en 1855.

œuvre, d'autres naturalistes voyaient également dans le cirque un lieu où apparaît avec une singulière clarté la relation entre un paysage et le processus qui l'a formé. Gavarnie doit sa renommée à cette relation presque immédiate qui s'établit entre l'observation et l'explication, qui fait de cet endroit de montagne un *paysage intelligible* (*ibid.*). C'est ainsi que le cirque de Gavarnie est devenu un *site*, c'est-à-dire, « un lieu dévolu à la contemplation rituelle de la part des voyageurs » (Briffaud, 1995 : 252).

L'écrivain Victor Hugo, après sa première rencontre avec le cirque de Gavarnie, décrit son émerveillement dans son poème *Dieu*, en 1843, publié de manière posthume en 1891, et dont nous avons vu au début de ce chapitre que des extraits figurent actuellement sur des panneaux d'information touristique (*cf* photo 6).

Les écrits d'un si grand nom de la littérature française aboutissent évidemment à rendre célèbre le site sublimé et à populariser sa visite. Cette réputation véhiculée par de telles œuvres est encore vivante aujourd'hui. A l'instar de nombreuses productions savantes et artistiques, et de leurs auteurs, Hugo et son poème font aujourd'hui partie de la mémoire du lieu, que les habitants de Gavarnie évoquent avec fierté en me racontant que leur cirque a inspiré le poème *Dieu* à l'écrivain :

« *Victor Hugo, le poème Dieu c'est Gavarnie, c'est ici qu'il l'a écrit, ce n'est pas rien* ». (Lionel M., hiver 2010 à Gavarnie)

La fierté de cette mémoire qui esthétise les paysages du cirque de Gavarnie est aujourd'hui, un siècle et demi plus tard, réinvestie dans la valorisation du site. Victor Hugo a participé à la renommée du cirque dès le XIX^e siècle à travers l'inspiration qu'il attribue au « colosseum de la nature ». Cette histoire appartient aux origines du tourisme local, à l'un de ses premiers touristes célèbres ; mais elle s'est à son tour en quelque sorte transformée en patrimoine touristique du site : l'œuvre et son auteur sont aujourd'hui mis en avant pour légitimer la richesse du patrimoine aux yeux des touristes contemporains, et un site méritant la visite : un lieu de *sight-seeing*. Ainsi, sur les panneaux d'information présentés aux touristes, ce passé romantique est mentionné parmi les richesses du site.

3. Le rôle des clubs montagnards et des sociétés savantes dans la diffusion des pratiques touristiques

3.1. Emergence et développement des clubs montagnards et savants

Comment se diffuse, sur fond de romantisme et d'hygiénisme, cette tradition du tourisme dans la société du XIX^e et XX^e siècle? L'historien Marc Boyer (2002) nous donne quelques éléments de réponse à cette question à l'échelle de l'Europe :

« La diffusion, par l'imitation, s'effectue à l'intérieur du groupe social des rentiers qui, au XIX^e siècle et encore dans le premier tiers du XX^e siècle, peut représenter en Europe le dixième de la population ; il n'est pas spécialement âgé : ces gens « biens nés » sont le Monde et n'ont pas d'astreintes. Ils ont inventé une contre-culture d'oisiveté ostentatoire qui les oppose aux riches entrepreneurs ». (Op.cit. : 394)

La capillarité sociale joue un rôle majeur dans la diffusion de la pratique du tourisme dans les couches aisées de la société à cette époque. L'invention de la montagne comme un espace de tourisme s'opère de concert avec cette dynamique qui tend à valoriser les destinations légitimées par les explorateurs savants pionniers et à renforcer la motivation naturaliste et contemplative du voyage en montagne. Outre leur dimension scientifique, ces épopées tiennent leurs lettres de noblesse des prouesses qu'elles représentent : prouesses sportives, endurance de la course en montagne et accès à des territoires enclavés et hostiles. La notoriété de ces figures pionnières passe donc par de multiples qualités, de savants naturalistes et d'excursionnistes ascensionnistes, et par leur sensibilité esthétique à la nature et aux paysages.

Ils fondent ainsi une sorte d'esprit noble du voyage (Schough, 2007), qui est entretenu et érigé en modèle à travers la diffusion des pratiques de l'alpinisme et la création de sociétés savantes et de clubs montagnards qui fleurissent en Europe entre 1850 et 1900. A l'origine, ces structures associatives ont pour objectif de partager et de développer l'expérience de la montagne, et plus particulièrement de la haute montagne. À l'échelle plus fine des deux régions étudiées, on retrouve le rôle prégnant de ces sociétés dans la construction et la diffusion d'une tradition touristique de la visite des montagnes. Ces extrémités de la terre, du point de vue de l'altitude (montagne) et de la latitude (Arctique), engagent à la fois un imaginaire pittoresque lié à la contemplation de paysages sublimés, et convoquent aussi de nouvelles pratiques associées à la performance physique (alpinisme) pour visiter ces espaces. Ces deux dimensions sont au cœur des initiatives des clubs montagnards.

3.1.1. Les clubs alpins européens nés au XIX^e siècle

La création de l'*Alpine Club* à Londres en 1857 constitue la première initiative mondiale de société montagnarde, dont l'objectif est de rassembler des membres qui ont un intérêt commun pour l'exploration de la montagne. Un principe fondateur est de centraliser et de permettre de diffuser auprès de ses membres les ressources disponibles utiles à l'exploration des montagnes, elles-mêmes souvent produites par leurs prédécesseurs dans une tradition de transmission des savoirs :

"The object of the Alpine Club is to facilitate association among those who possess a similarity of taste, and to enable its members to make arrangements for meeting at some suitable locality whence they may in company undertake any of the more difficult mountain excursions, and to give to all an opportunity of consulting the maps and books to be placed in the rooms which it is expected the Club will eventually possess. The members will occasionally dine together at their own expense, but the funds of the Club will be made available when on suitable occasions the Club is favoured by the presence of geographical explorers, or by that of other guests of celebrity". (First circular concerning the Alpine Club, 1857)

Au-delà du rôle social que joue ce type d'institution en créant une dynamique de reconnaissance entre pairs cette circulaire témoigne d'une volonté de construire une culture commune, où la littérature notamment tient un rôle important de diffusion des savoirs. Rassembler les livres, récits de voyages et guides pour les rendre disponibles aux membres de ces associations est un objectif majeur. On rend également disponible la cartographie pour constituer un support à la connaissance topographique de la montagne, nécessaire à ceux qui partent l'explorer.

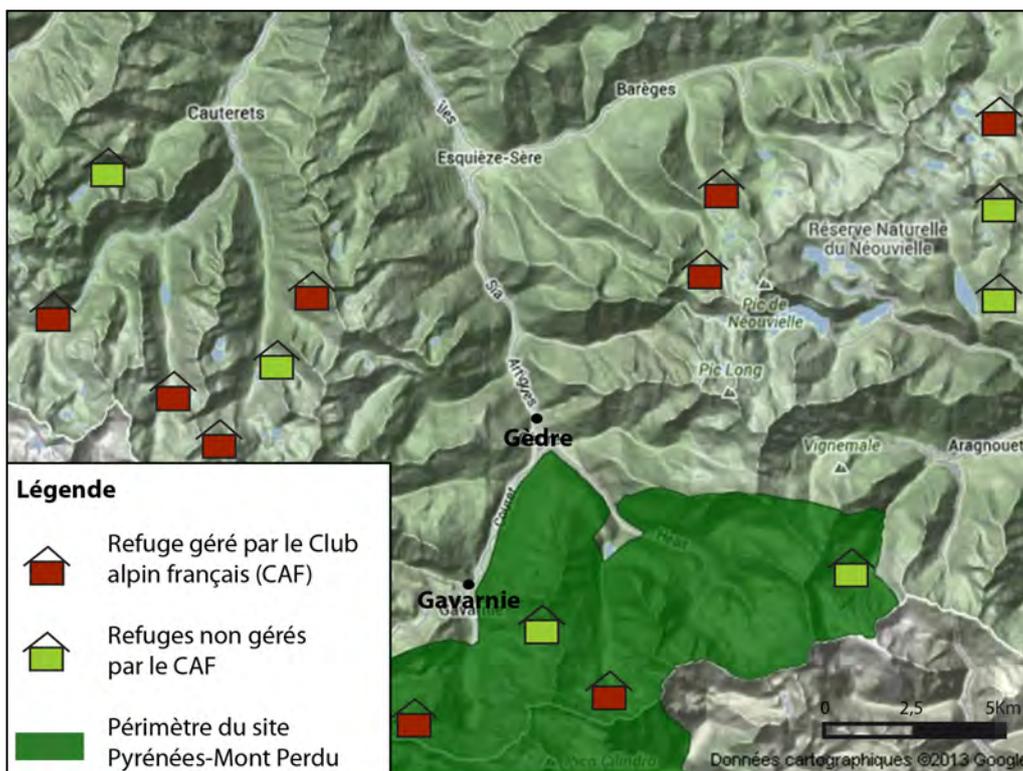
3.1.2. Le Club Alpin Français

L'invention britannique de l'*Alpine Club* se décline dans plusieurs pays d'Europe et donne naissance en France au célèbre *Club Alpin Français* (CAF) en 1874. Déployé massivement dans le massif alpin, son influence touche aussi largement les Pyrénées. Le CAF s'inscrit pleinement dans les objectifs qui animent alors les différents clubs alpins prenant leur essor à travers l'Europe, à savoir, promouvoir la pratique sportive de la montagne, et à travers elle, un système de valeurs, sinon une morale, qui participe du nationalisme ambiant (Debarbieux & Rudaz, 2010).



Figure 23. Logo du Club alpin français. Source : site officiel du CAF, 2011.

Le CAF possède et gère en France des refuges de montagne et de haute-montagne qui ponctuent les sentiers de randonnées aménagés (souvent balisés ou répertoriés sur les cartes) pour permettre l'accès pédestre ou à ski de la pleine montagne. Une partie de ces aménagements sont présents dans le site pyrénéen qui nous intéresse : plusieurs refuges du versant français sont encore aujourd'hui gérés par le CAF.



Carte 6. Refuges gérés par le Club alpin français et d'autres gestionnaires dans la périphérie française du site Pyrénées-Mont Perdu. Source : Revelin (2013), modifié d'après pnp.fr.

3.2. Dans les Pyrénées : la Société Ramond et l'essor du Pyrénéisme

Le 19 août 1864, quatre hommes qui se consacrent à l'exploration des Pyrénées se réunissent à Gavarnie pour fonder la « Société Ramond », en hommage au scientifique. Cette Société savante se distingue des clubs montagnards décrits ci-dessus en ce qu'elle entend en particulier cultiver l'approche naturaliste et la sensibilité aux paysages naturels dans l'exploration des Pyrénées. Les quatre porteurs du projet, un Français, Emilien Frossard, un Franco-irlandais, Henri Russel et deux Anglais Charles Packe et Farhnam Maxwell-Lyte, sont tous des passionnés des Pyrénées et se décrivent comme des « Pyrénéistes ».

Le néologisme « Pyrénéiste » fait référence à ces nouveaux ascensionnistes qui s'adonnent à l'exploration et à la contemplation des Pyrénées, en cherchant à se distinguer de l'emprise du modèle alpin qui consacre la pratique l'alpinisme (Briffaud & Davasse, 2007), critiquée pour et définie par sa recherche de la performance physique – les historiens évoquent même les formes de pratiques sportives de cette époque, tournées vers l'exploit, comme un « alpinisme héroïque » (Debarbieux & Rudaz, 2010). Cette volonté de se distinguer de ce modèle s'affirme paradoxalement à travers une valeur que les Pyrénéistes s'attribuent eux-mêmes : leur goût pour la contemplation et leur sensibilité aux richesses et à la beauté de la nature. L'extrait suivant du procès-verbal de la séance du 19 août 1864 de la « Société Ramond » illustre cette aspiration, qui relègue au second plan les compétences physiques requises pour explorer la montagne :

« Chacun des convives apportait des trésors de son choix, qui des pierres, qui des plantes, qui des émotions et d'impérissables souvenirs et tous s'accordaient à plaindre les oisifs des villes qui ne connaissaient pas les virils exercices commandés par les grandes excursions, ni les saines jouissances attachées à la contemplation de la nature sous ses aspects sauvages et sublimes...». (Op.cit.)

Cette époque marque la naissance du tourisme montagnard, dominé au départ par l'influence des Anglais qui visitent les hautes montagnes d'Europe occidentale. La société Ramond publie à partir de 1866 ses bulletins, qui décrivent des courses en montagne, font l'éloge des paysages pyrénéens et participent à diffuser des savoirs et des imaginaires sur la montagne. La société s'étoffe progressivement et accueille des personnalités reconnues comme grands spécialistes de la montagne, qui affichent un goût prononcé pour les Pyrénées. Ainsi, le géographe Fanz Schrader dont j'ai parlé plus haut rejoint les rangs, mais aussi Elisée Reclus, géographe devenu très célèbre. Adolphe Joanne, auteur des guides Joanne fait également partie des grandes personnalités affiliées à la société pyrénéiste.

Parmi les quatre pionniers à l'origine de la Société Ramond, Henri Russel est devenu célèbre pour son amour inconditionnel des Pyrénées et en particulier du massif du Vignemale, situé quelques

kilomètres à l'ouest de Gavarnie. Ce marcheur invétéré réalise durant sa vie 33 ascensions du Vignemale et demande, en 1888, la propriété du massif auquel il est profondément attaché :

« En réalité, ce que je demande, c'est le glacier d'Ossoue et ses rivages à partir de 2300 mètres, limites extrêmes des pâturages. Mon but, en demandant cette concession, c'est surtout une satisfaction d'amour propre. Je voudrais me sentir propriétaire d'une magnifique région où j'ai beaucoup vécu, beaucoup fait travaillé et dépensé, ce dont le public a beaucoup profité ; le nombre des ascensions du Vignemale ayant au moins quintuplé, depuis que j'y ai fait creuser mes nombreuses grottes, entièrement à mes frais, et sans l'aide de personne. Je n'ai peut-être pas fini ». (Extrait de la lettre du Comte Henri Russel au préfet des Hautes-Pyrénées, le 13 décembre 1888, in Cadart, 1943)

Il obtient, par une concession emphytéotique accordée en 1889 par la commission syndicale de la vallée de Barrèges, la propriété symbolique de toutes les roches et neiges du Vignemale situées au-delà de 2300 m. d'altitude, soit environ 200 hectares dont sont exclus tous les pâturages (Figure 24).



Figure 24. Plan de la concession du massif du Vignemale demandée par Henri Russel. Source: Cadrat, 1943.

Outre l'intérêt personnel et passionnel de Russel, ce qui est intéressant dans sa démarche, c'est aussi la place qu'y occupent les enjeux alors liés au développement du tourisme. Il en fait d'ailleurs mention dans sa lettre citée ci-dessus: le Vignemale attire de plus en plus d'ascensionnistes. A *fortiori*, les aménagements qu'il réalise dans la montagne sont présentés comme utiles pour les autres touristes. Il y fait creuser sept grottes au total pour son usage personnel, mais aussi pour servir d'abris aux premiers ascensionnistes, avant la création de refuges. Le projet de Russel est donc accueilli comme une opportunité de faire usage des zones inutilisées de la montagne, à savoir ses cimes et roches aux plus hautes altitudes, au-delà des pâturages d'estives :

« Dans sa séance du 25 février 1889, la commission syndicale, présidée par M. Vergez, décida à l'unanimité d'accueillir très favorablement la demande du comte Russel, sachant que cette proposition ne pouvait qu'être avantageuse tant pour le tourisme que pour le thermalisme qui attirait alors de plus en plus de monde. D'autre part, les grottes pouvaient servir de refuge à tous ceux qui, savants, explorateurs ou touristes, se rendaient dans ces hauteurs, rendant ainsi la région plus accessible ». (Dollin du Fresnel, 2009)

Dans les Pyrénées, à Gavarnie, l'histoire réinventée de cette époque - au profit souvent flatteur des habitants qui se réapproprient une histoire du tourisme et de l'hospitalité (Abram,1997) - marque encore la mémoire des habitants du village. Un touriste anglais fidèle au lieu, souligne la vitalité de la mémoire locale en ce qui concerne cette tradition de tourisme :

« Tous les gens nous connaissent dans le village, parce qu'on vient depuis longtemps et parce qu'on est des Anglais et il y a beaucoup d'histoires avec les Anglais. Il y en avaient qui venaient pour la chasse et louaient tous les guides et les mulets. Donc vu qu'on est des Anglais, tout le monde nous connaît. (...) Et avant la Seconde Guerre mondiale, il y avait une forte tradition de tourisme anglais ». (Andrew, été 2010 à Gavarnie)

L'époque dorée du Pyrénéisme est aujourd'hui l'objet d'une mise en scène en tant que patrimoine régional. Elle a nourri de nombreux ouvrages sur la découverte du massif par de grands hommes, qui ont laissé une production littéraire, scientifique ou artistique imposante. A travers leurs éloges de la région, ils ont d'une part amorcé un désir touristique vers les Pyrénées, mais aussi mis en lumière les qualités d'une région, un éclairage à travers lequel ses habitants regardent aujourd'hui eux aussi leur propre région.

3.3. L'association suédoise STF et le Kungsleden

En Suède, la diffusion des imaginaires et des pratiques qui soutiennent la motivation touristique passe également par le modèle du club montagnard qui fleurit en Europe à partir du milieu du XIX^e siècle. Le *Touring Club* suédois STF (*Svenska Turistföreningen*) fut fondé en 1885, en partie sur ce modèle européen, par un groupe d'universitaires d'Uppsala (ville proche de Stockholm) présidé par

un géologue : Fredrik Svenonius. Ces intellectuels sont attirés par les montagnes suédoises aussi bien par dessein scientifique que comme destination de loisir. Ils y promeuvent en particulier la randonnée.



Figure 25. Logo de Svenska Turistföreningen (STF)

STF connaît un essor important dans le pays à la fin du XIX^e et au début du XX^e siècle, en valorisant les espaces les plus périphériques et en particulier la nature des montagnes suédoises, mise en valeur par la littérature issue des explorations pionnières évoquées précédemment. Sandra Wall Reinus (2009a), souligne que l'association STF s'enracine dans le lien historique entre les intérêts scientifiques et touristiques pour les montagnes de Laponie suédoise. Selon Katarina Schough (2007), Fredrick Svenonius personnifie exemplairement l'arrivée et les intérêts croisés de la science, de l'industrie et du tourisme dans la vallée du Lac Törneträsk, juste au nord du site aujourd'hui classé par l'Unesco. Wall Reinus (2009b) explicite en effet qu'à la fin du XIX^e siècle, alors que quelques camps scientifiques s'implantaient dans la région, l'association STF avait pour objectifs de financer et de faciliter l'accès aux montagnes pour ces scientifiques :

«In order to facilitate the scientists and the tourists in the mountains of Lapland, the STF gave financial support to some scientists and established overnights cabins, boat connections and marked trails from the 1890s. Tourism in the Lapland mountains first started in Stora Sjöfallet, followed by the development of tourist cabins in the Lake Torn area – Abisko and Vassijaure». (Wall-Reinus, 2009b : 190)

Svenonius, en 1908, soulignait le travail déterminant de l'association STF qu'il préside pour accéder aux montagnes de Laponie :

« To efficiently facilitate the journey, and without disturbance of the Majesty of Nature, arrange for the comfort and well-being of tourists in a dignified and reasonably priced way, that should hence be a primary task for those who, with a patriotic purpose, work for the development of tourism in our country». (Svenonius 1908, cite et traduit du suédois par Schough, 2007 : 14)

L'association aménage donc à partir des années 1890 des sentiers balisés qui permettent aux touristes randonneurs et aux scientifiques d'investir de manière sécurisée ces espaces naturels jusque là difficilement accessibles. Emblématique de ces aménagements, la célèbre « piste royale », *Kungslenden* en suédois, relie à partir de 1899 la petite station d'Abisko au village de Kvikkjokk, situé 180 km plus au sud. Abisko est sur le tracé du chemin de fer qui relie la ville minière de Kiruna en Suède et transporte le minerai au port de Narvik sur la côte norvégienne, et dont la construction a

débuté en 1882. Dès sa mise en service, en 1902, cet aménagement important modifie fondamentalement l'accès à cette région enclavée du nord de la Suède en la reliant au tissu urbain du sud et à la côte norvégienne à l'Ouest (Schough, 2007). Sandra Wall Reinus (2009b) met en exergue le rôle clé joué conjointement par le développement du réseau ferré, des stations scientifiques et de STF dans le développement du tourisme à cette époque. La station d'Abisko illustre cette symbiose : à l'aube du XX^e siècle, à la fin de la construction de la voie ferrée, l'Association de Sciences Naturelles de Stockholm rachète un des bâtiments de la société des chemins de fer pour y installer une station de recherche qui deviendra rapidement une station pour l'élite scientifique suédoise (Sörlin, 1988 citée par Wall-Reinus, 2009b ; Schough, 2007). STF installe, dans la même zone, une station de montagne qui constitue un point de départ majeur du *Kungsleden*, notamment parce que l'endroit est accessible directement en train de nuit depuis Stockholm.

Au cours du XX^e siècle donc, Abisko et Kvikkjokk deviennent des stations touristiques renommées et des points importants du *Kungsleden*. Wall-Reinus (*ibid.*) explique que très tôt après sa création, l'association STF promeut une démocratisation du tourisme incluant toutes les classes sociales de la société suédoise. L'association intègre alors une dimension nationaliste : elle entend promouvoir une valeur commune de la montagne, comme le suggérait notamment Svenonius dans l'extrait précédemment cité : « [...] a primary task for those who, with a patriotic purpose, work for the development of tourism in our country » (Schough, 2007 : 14). Cependant, face à l'éloignement des montagnes par rapport aux lieux de résidence de la population suédoise, le coût et le temps dédiés aux transports induisent un confinement aux classes sociales supérieures au début du XX^e siècle. Malgré cela, le développement de l'association connaît un essor rapide : de moins de 100 membres à sa création en 1885, l'association compte déjà 50000 membres en 1909 (STF, 1910 cité par Wall-Reinus, 2009b).

Schough (2007) souligne cependant des objectifs paradoxaux de Svenonius quant au développement de l'accès à la région par les touristes en Suède. Il recherche un équilibre entre démocratisation de l'accès et culture d'une valeur noble liée à une fréquentation modérée et exclusive, qui constituerait la raison pour laquelle la région devrait justement être attirante pour les touristes :

« Economy is a restricting factor when it comes to tourist accessibility. Svenonius emphasizes the importance of moderate prices, so that Swedish youth will be inspired and accustomed to hiking in the mountains. But in order for this to have a desired hardening and fostering effect, accessibility should not become too easy. The same rather paradoxical aspect applies to science. Easy access to the study area is of great value, but when the scientific value of a region depends on it being unknown, unexplored, uncharted, not influenced by certain human activities, and its natives authentic and

living traditional and original lives, then the value of accessibility is successively declining as the area is moved towards central society". (Schough, 2007: 15)

Au XX^e siècle, STF améliore progressivement ses aménagements en construisant des refuges de montagne espacés en moyenne d'une vingtaine de kilomètres le long du sentier, suivant des étapes de marche journalières (cf carte n° 7). Cependant, l'association garde comme ligne directrice des aménagements modestes basés sur des refuges collectifs.

Aujourd'hui, l'itinéraire complet du *Kungsleden* parcourt 450 km, entre Abisko au nord et Hemavan au sud. Cependant, sa section septentrionale entre Abisko et Kvikkjokk reste largement plus connue et plus fréquentée. Ces deux stations constituent les accès symboliques du *Kungsleden*, qui sont matérialisées par des « portes » célèbres, que l'on retrouve aujourd'hui très fréquemment dans les albums photos en ligne ou blogs des randonneurs et qui font partie de la renommée de l'itinéraire.

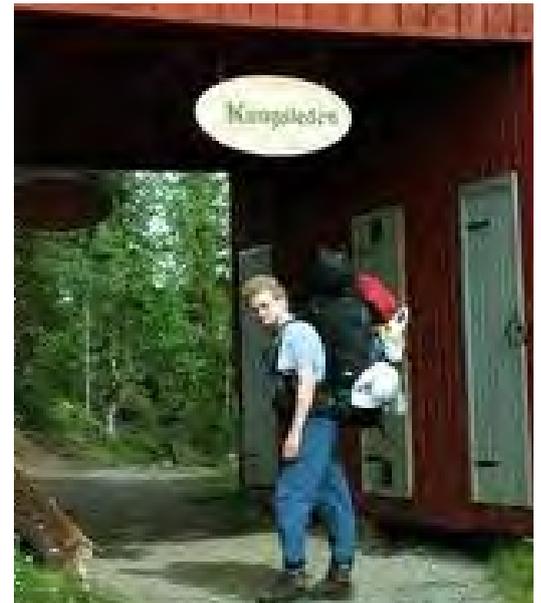
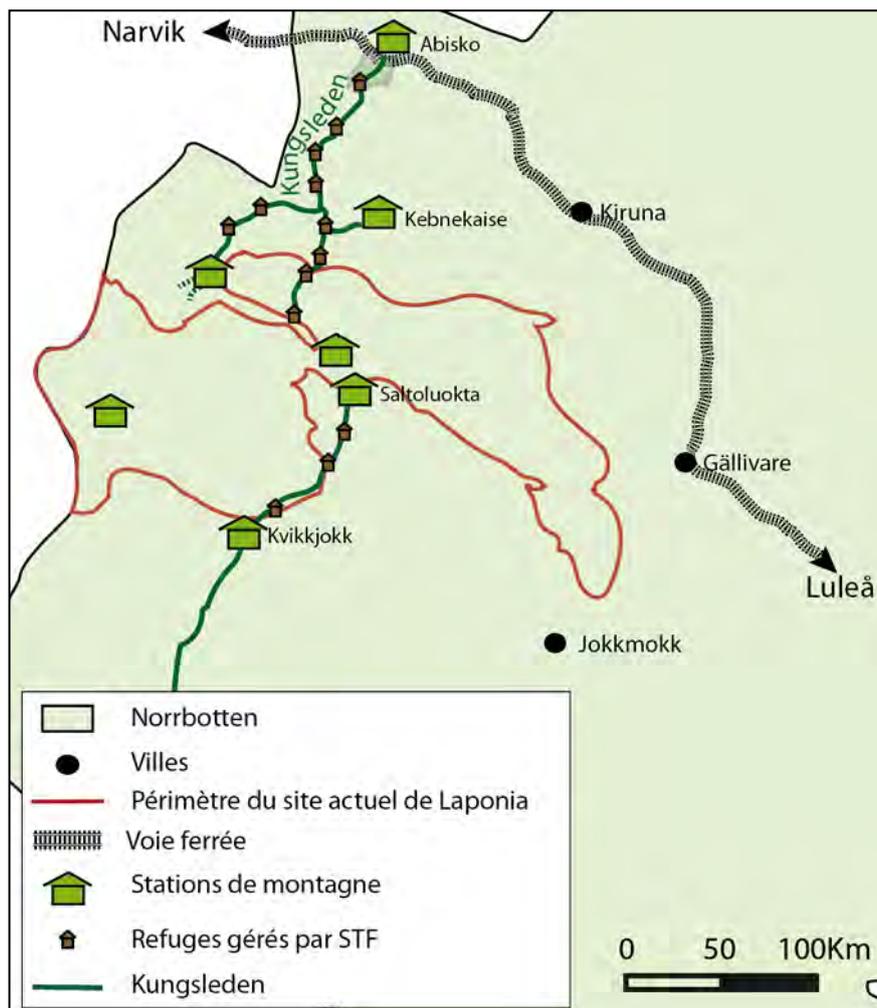


Photo 8 & 8 bis. Photo issue du blog d'un touriste à la porte du *Kungsleden* à Abisko, 2011 ; photo issue du blog d'un touriste sur une randonnée en 1998, porte du *Kungsleden* à Kvikkjokk.

Cette section centenaire du *Kungsleden* traverse une partie du site aujourd'hui classé au Patrimoine mondial. Certains refuges sont également inclus dans le site. En particulier, la station de montagne STF de Saltoluokta, qui constitue un point important entre Abisko et Kvikkjokk, est très proche de la frontière du site, sans être inscrite dans son périmètre.



Carte 7. Aménagements de STF dans les montagnes lapones dans la zone du site Laponia (2012)
 Source : Revelin, 2010, Modifié d'après svenskaturistforeningen.se et Google Maps.

Des variantes moins célèbres du tracé du Kungsleden qui n'apparaissent pas sur la carte ci-dessus, élargissent le panel d'itinéraires possibles dans les montagnes.

L'histoire centenaire des premiers touristes et des scientifiques participe donc, grâce à l'expansion de l'association STF et à ses aménagements, à faciliter l'accès aux montagnes et à les transformer en une destination de tourisme. Aujourd'hui, le *Kungsleden* est le sentier le plus célèbre des montagnes lapones. Son succès historique tient notamment à la réputation de son accès facile pour des randonneurs amateurs. Son itinéraire inclut également le plus haut sommet parmi les montagnes suédoises : le Kebnekaise, 2111 m. A l'échelle de la Suède, la renommée de ce pic serait comparable à celle du Mont Blanc dans les Alpes. Son ascension, notamment via le *Kungsleden*, est cependant très accessible à un public amateur et non alpiniste du fait d'un dénivelé modéré. Mais elle est prestigieuse et renommée pour les Suédois. La notoriété aujourd'hui acquise de l'association STF à travers le *Kungsleden* s'illustre dans un croquis des stations, imprimé sur le sol d'une auberge de jeunesse de l'association STF au centre de la Suède, à Östersund, environ 500 km au sud du sentier.

Le croquis indique en jaune le célèbre Kebnekaise, de même que les principales stations de montagne d'Abisko, de Kvikkjokk et de Saltoluokta :



Photo 9. Impression au sol du tracé du *Kungsleden* et de ses principales étapes entre Abisko et Kvikkjokk, dans un couloir de l'auberge de jeunesse d'Östersund, 2012. Photo : F. Revelin.

En Suède, depuis plus d'un siècle d'histoire touristique, STF a participé à construire et à alimenter une culture nationale de tourisme notamment lié à la montagne, qui prend ses racines dans un passé scientifique et élitiste et repose largement sur la pratique de la randonnée pour l'expérience de la montagne. Aujourd'hui, STF est implanté dans tous le pays, possède un réseau d'auberges de jeunesse dans toutes les villes suédoises et compte 300 000 membres (Svenskaturistforeningen.se, 2012). La découverte des montagnes lapones constitue une dimension clé de voûte de cette culture commune, notamment promue à travers le slogan de l'association: « *Känn ditt land* », littéralement : « Connais ton pays », en référence à son ambition nationaliste. A travers ce slogan, STF entend dès sa création à la fin du XIX^e développer un tourisme domestique - c'est-à-dire un tourisme des Suédois en Suède - renvoyant à une dimension politique qui cherche à l'époque à renforcer l'unité nationale par « la connaissance et l'amour de son pays » (Wall Reinus, 2009b : 190).

Dans le cas de la Suède, il est important de souligner que si la montagne tient une place privilégiée dans la conception de STF et dans ses objectifs de développement du tourisme, cela s'inscrit plus fondamentalement dans des valeurs suédoises associées à l'idée de vie en plein air (*friluftsliv*) et soutenue par une coutume nationale singulière qui garantit l'accès public à la nature, indépendamment des droits de propriété (*Allemansrätt*).

4. Deux spécificités suédoises essentielles pour comprendre les traditions touristiques : le *friluftsliv* et l'*allemansträtt*

4.1. *Friluftsliv* : valeurs suédoises de la vie au « grand air »

La notion de « *friluftsliv* » est littéralement traduite en anglais par l'expression « *open air life* » (Beery, 2011 :17) – qui donne en français : « vie au grand air » (traduction de l'auteure).

Ce terme est souvent rapproché, voire confondu à tort avec le terme anglais « *outdoor recreation* ». La littérature scientifique³⁸ qui s'attache à définir plus finement ce concept de *friluftsliv* met en évidence qu'il a un sens tout particulier dans la société suédoise et norvégienne (Beery, 2011 ; Sandell & Sörlin, 2008). Thomas Beery, qui a soutenu en 2011 une thèse en anglais sur le lien entre ce concept scandinave et la relation à la nature dans les pays nordiques, a inventorié la littérature, majoritairement en langues scandinaves, pour tenter de clarifier le sens du terme à travers onze définitions qu'il a listées. Il en conclut que le *friluftsliv* comprend une expérience physique de la nature, une relation personnelle à la nature et un mode de vie qui inclut la nature :

« A number of themes emerge from the preceding ideas, including the physical experience of nature, a personal relationship to nature, and a lifestyle inclusive of nature ». (Beery, 2011 : 22)

Il existe, en Suède, une définition officielle du *friluftsliv* fournie par l'équivalent suédois du journal officiel, la SFS³⁹ (2003 :133), et traduite en anglais comme : « *Being outside in natural or cultural landscapes without claiming to compete* » (Wolf-Watz, 2010 :15). Définition qui se rapproche de celle fournie par un programme de recherche dédié à l'étude du « *friluftsliv* en changement »⁴⁰, qui précise que le *friluftsliv* fait référence à l'idée de : « *being outside in natural or cultural landscape for well-being and encounters with nature without demands for competition* » (*The Friluftsliv i Förändring Program Plan*, 2006 : 7). Ce concept traduit une valeur très forte, en Suède, associée à l'idée simple d'être dehors, dans la nature. Sa force repose sur le fait que les Scandinaves et en particulier les Suédois et les Norvégiens vivent dans des espaces relativement peu peuplés, et où même les zones plus urbaines sont largement investies par les espaces verts, rendant possible un sentiment de proximité constante avec la nature (Gelter, 2000). Ce sentiment est largement cultivé en Suède et fait l'objet de représentations très fortes du lien que les Suédois entretiennent avec la nature :

³⁸ Littérature principalement scandinave, en langue norvégienne ou suédoise pour la plupart des références fondamentales, hormis quelques textes en anglais.

³⁹ SFS : « Svensk författningssamling ».

⁴⁰ Traduction de l'auteure de « *Friluftsliv i förändring* », programme de recherche suédois débuté en 2006, dirigé par Peter Fredman.

« *The Swedish Nature' and the 'nature-loving Swedes' became important mythologies shaping the modern Swedish nation* ». (Sandell, 2006 : 100)

La valeur du *friluftsliv* est relative à un mode de vie au sens large, qui fait référence au quotidien des Suédois et à leurs loisirs. La facilité de l'accès à la nature et la « simplicité matérielle » caractérisent notamment cette relation de proximité à la nature (Viken, 2006). Elle influence les pratiques et les choix touristiques des Suédois. Et c'est précisément dans ce contexte que ces valeurs imprègnent les dynamiques portées par l'association STF en matière de développement touristique : il s'agit de prolonger cette recherche de contact avec la nature en dehors de son environnement quotidien. En d'autres termes, lorsque cette idée du plein air se traduit en pratiques de tourisme, il s'agit de partir s'immerger dans la nature et d'entretenir ce lien étroit avec les paysages naturels scandinaves. En garantissant l'accès à la nature des montagnes suédoises pour des visiteurs, STF mobilise ainsi une valeur très importante pour les Suédois, qui favorise le *friluftsliv* dans les loisirs et pratiques de tourisme.

4.2. L' *Allemansrätt* : le droit d'accès public à la nature

4.2.1. Entre droit fondamental suédois et coutume

Le concept de *friluftsliv* est étroitement associé à un droit suédois : l'*Allemansrätt* - qui signifie littéralement « droit pour tous » (traduction de l'auteure), en référence au *droit pour tous à accéder à la nature et aux espaces naturels*. L'Agence Suédoise pour la Protection de la Nature (*Naturvårdsverket*) traduit en français « *Allemansrätt* » comme le « droit de libre accès à la nature » (*naturvardsverket.se/allemansratten*, 2012 : 1). Elle en résume ainsi l'idée fondamentale :

« *Vous utilisez ce droit lorsque vous vous promenez dans les bois ou en pratiquant le canotage, l'escalade ou que vous êtes perdus dans vos pensées sur un rocher* ». (*naturvardsverket.se/allemansratten*, 2012 : 2)

Les principes de base de l'*Allemansrätt* sont inscrits dans la constitution suédoise :

« *Var och en som utnyttjar allemansrätten eller annars vistas i naturen skall visa hänsyn och varsambet i sitt umgänge med den* ». (Miljöbalkens 7 kap. 1 §)

« *Toute personne qui utilise le droit de libre accès à la nature ou toute autre forme de présence dans la nature doit être attentif et bienveillant envers la nature* ». (Traduction de l'auteure)

Il ne s'agit pas d'une loi qui disposerait d'un appareil de régulations ; l'*Allemansrätt* peut être considéré comme un droit coutumier, auquel les Suédois ont un attachement très fort (Sandell, 2006). Il n'existe pas de définition stricte et précise des pratiques auxquelles il renvoie. De manière

générale, le terme fait référence à l'idée de pouvoir profiter de la nature pour se promener, camper, faire du canoë, récolter des baies ou autres fruits ou pêcher par exemple.

L'Agence Suédoise pour la Protection de la Nature fournit des principes de base pour l'encadrement de *l'Allemansrätt* : il s'agit de profiter de la nature, sans "ni déranger, ni nuire". Un certain nombre de recommandations sont également formulées par le *Naturvårdsverket* concernant ce droit, notamment afin de garantir le respect des propriétés privées dont l'accès est rendu possible par *l'Allemansrätt*, et de préserver le milieu. Il faut noter que le maintien de ce droit coutumier en Suède repose essentiellement sur la conscience qu'en ont les Suédois et qui est clairement liée à leur éducation, leurs habitudes et leur socialisation. Ainsi, l'utilisation de *l'Allemansrätt* est fondamentalement liée à un « bon sens » commun de l'usage de la nature, qui repose sur la capacité des usagers à « lire le paysage » pour savoir comment se comporter (Sandell, 2006), puisqu'aucun contrôle coercitif n'existe -ce qui serait de toutes façons impossible en pratique vue l'ampleur des pratiques, des usages et des ressources concernés par *l'Allemansrätt*- :

"A prerequisite for the public access tradition is that one can read the landscape. It is the landscape that tells one what is – and what is not – allowed. For instance, the way the land is being used may indicate how sensitive it is for people walking across it, and the weather tells one how safe it is to make a campfire". (Op.cit. : 107)

Ce pré requis a évidemment des limites : il est impossible de contrôler cette « lecture du paysage » qui repose sur le « bon sens » appris et les déviances à ce bon usage de *l'Allemansrätt* ne peuvent souvent être ni évitées, ni même sanctionnées, et sont parfois de surcroit involontaires. D'autre part, en reposant sur des valeurs et des habitudes très intégrées par les Suédois, la situation pourrait devenir beaucoup plus complexe et *l'Allemansrätt* pourrait éventuellement se voir menacé dans un contexte plus multiculturel, avec des mobilités et un tourisme croissants.

Malgré tout, ce droit coutumier garde aujourd'hui une place très importante dans la société suédoise moderne et les Suédois expriment largement leur attachement à son maintien. Des enquêtes nationales menées sur le sujet montrent notamment que ~96%⁴¹ des Suédois pensent qu'il est important de défendre *l'Allemansrätt* (Sandell, 2006). Le cadre législatif en vigueur en Suède abonde également dans ce sens, en renforçant *l'Allemansrätt* par le rayonnement de certaines dispositions, en particulier sur quatre points (Sandell, 2006) :

- L'obligation pour les propriétaires terriens, dans certaines circonstances, de mettre en place des dispositions pour laisser le passage ouvert à travers les clôtures de leur propriété.

⁴¹ Questionnaires nationaux réalisés dans le cadre du programme « FjällMistra » (2005), n=7800, avec un taux de réponse de 65% - voir Sandell, 2006.

- La prohibition de nouvelles constructions le long du littoral.
- L'inclusion des questions de conservation et d'usage responsable dans la législation concernant l'agriculture et la foresterie.

- Une loi spéciale interdisant de conduire des véhicules motorisés hors-pistes pour des pratiques récréatives en l'absence de manteau neigeux au sol.

4.2.2. Le symbole d'un lien spécifique des Scandinaves aux grands espaces naturels

L'*Allemansrätt* marque profondément le rapport à la nature et les pratiques - notamment touristiques - des Suédois, et ce notamment parce que cette coutume est très ancienne, remontant au Moyen-Âge :

“Sweden’s ancient custom of allemansrätt provides a useful insight for understanding the nation’s attitude toward outdoor recreation and tourism. Since medieval times, Sweden has sustained a tradition of access to all lands and waters regardless ownership allowing everyone to hike, camp, canoe, moor a boat and gather edible plants on private lands and among waterways so long as they do not cause damage and they respect the rights of others”. (Snyder & Stonehouse, 2007: 115)

L'industrialisation rapide de la Suède au cours du XXe siècle s'accompagne d'une augmentation des politiques et des pratiques de loisirs. A partir des années 1930, et surtout à partir de l'instauration des congés payés en 1938, davantage de temps est libéré pour les pratiques récréatives et l'intérêt des Suédois se tourne massivement vers les grands espaces naturels et le grand air. Ce mouvement renforce l'attachement des Suédois à l'*Allemansrätt*, qui tient une position de poids aussi bien culturellement que dans les pratiques de loisirs de masse en Suède, en garantissant le droit fondamental et démocratique d'accéder à la nature (Sandell, 2006).

Pouvoir *accéder à la nature* est une dimension essentielle au regard des valeurs liées au *friluftsliv* -vie au grand air- ; l'*Allemansrätt* joue donc un rôle clé pour garantir cet accès et l'on comprend combien ces deux notions jouent, ensemble, un rôle de premier plan dans la manière dont les Suédois construisent leur rapport à la nature :

“Access to nature is an inescapable element of the Nordic relationship with the natural world and a fundamental part of friluftsliv (Sandell & Sörlin, 2008). As Ahlström (2008) wrote: “to just be [in nature] is perhaps one of the most important activities that allemansrätt can offer”. Inherent in the idea of a relationship built on regular experience of nature is the concept of access to nature embodied in the term, allemansrätt”. (Beery, 2011 :49)

Les représentations et usages de la nature qui reposent sur ces deux piliers – valeurs du grand air et accès à la nature – influencent donc les tendances, les pratiques touristiques et dans les préférences des Suédois quand à leurs destinations touristiques et le choix de leurs loisirs. De nombreuses études

conduites en Suède sur le *friluftsliv* tendent par exemple à démontrer que cet attachement des Suédois au milieu naturel favorisent le choix des loisirs de plein air aussi bien au quotidien qu'en vacances (voir 'FjällMistra', 2005). En étudiant en particulier le tourisme dans les zones naturelles des montagnes lapones, qui présentent un potentiel important pour le plein air, cette valeur a un rôle d'autant plus considérable dans le choix de cette destination de tourisme pour les Suédois.

*

* *

Conclusion

Dans les montagnes lapones comme dans les Pyrénées, les contextes singuliers dans lesquels émergent les premières formes de tourisme, et notamment les premières formes d'organisation du tourisme, à travers les clubs montagnards et les sociétés savantes, construisent une culture de la pratique touristique en montagne – ou « tradition touristique ». Ils s'inscrivent en même temps dans des mœurs et des valeurs propres aux contextes socioculturels : en particulier, le cas de la Suède montre que l'idée de *friluftsliv* valorise des pratiques touristiques tournées vers la nature et la vie au grand air dans les montagnes lapones. Les premières associations touristiques jouent également un rôle dans la diffusion des connaissances, à la fois sur les spécificités et les conditions des milieux et sur les pratiques dans ces milieux. Ces connaissances fournissent les bases à la construction d'une culture commune de la visite de la montagne, pour les touristes, assurant une dynamique de reconnaissance sociale entre pairs. Comme le souligne Debarbieux (1995), on retrouve, dans les deux régions étudiées, un usage à des fins nationalistes de l'image de la montagne par ces institutions. Sur le même registre que la devise de STF, « Connais ton pays », Debarbieux souligne que la devise initiale du CAF était « Pour la patrie, par la montagne ». Comme l'auteur le montre, la naissance des principaux clubs montagnards en Europe coïncide avec un épanouissement des nationalismes, où la pratique sportive de la montagne est volontiers conçue comme une étape de l'éducation physique et morale d'un peuple (Debarbieux, 1995). Dans les deux aires étudiées, ce rôle a été pleinement joué par les clubs montagnards qui ont rendu accessible la montagne et ont valorisé la visite de ces régions.

Du point de vue du développement local, les clubs montagnards ont activement participé à l'aménagement des montagnes pour les rendre plus accessibles à leurs membres, tout en respectant

des contraintes esthétiques qui prohibent les aménagements lourds. Il s'agit de faciliter (de manière relative, comme nous l'avons explicité en particulier pour les projets de STF) l'accès et la vie en montagne pour les ascensionnistes, tout en limitant les infrastructures afin qu'elles n'entament pas trop l'idée que l'on se fait de la nature du paysage montagnard. Bien sûr, le développement et la démocratisation du tourisme dans ces zones relativement enclavées à l'origine s'opèrent de concert avec le développement de leur accessibilité. Dans les deux aires étudiées, cette question de l'accessibilité s'insère dans une dynamique de développement d'activités annexes dans ces régions, qui portent notamment sur de nouvelles formes de l'exploitation des ressources naturelles.

Voyons maintenant comment le tourisme s'insère dans la complexité du développement d'une région. Les chapitres 4 et 5 décrivent respectivement l'essor du tourisme au cours du XX^e siècle dans la région de Pyrénées-Mont Perdu et puis dans la région de Laponia, en mettant l'accent sur l'articulation de ce phénomène avec les autres intérêts qui influencent le développement local. Comprendre les mécanismes et les dynamiques locales du développement vise, *in fine*, à mieux cerner les formes actuelles du tourisme dans les régions de Laponia et de Pyrénées-Mont Perdu.

Historiquement, les communautés locales pratiquent l'élevage sur l'ensemble des deux territoires étudiés. Le peuple Sami vit depuis des siècles de l'élevage transhumant des rennes sur son territoire ancestral - *Sápmi* - qui s'étend sur une immense région au nord de la Fennoscandie et dont le site *Laponia* ne couvre qu'une petite partie en Suède. Dans les Pyrénées, les communautés barégeoises (versant français) et aragonaises (versant espagnol) vivaient traditionnellement de l'élevage d'ovins et de bovins. Activité qui a façonné les modes de vie locaux dans les deux régions, l'élevage a longtemps garanti la survie des familles dans ces espaces au relief et au climat *a priori* hostiles. Pour chaque cas, il est intéressant de considérer comment les réalités locales ont évolué au contact des nouveaux moteurs du développement, parmi lesquels le tourisme.

Dans quelles mesures l'arrivée du tourisme contribue-t-elle à l'évolution des localités largement marquées par l'agro-pastoralisme ? Au contact de quels types d'enjeux et d'intérêts le tourisme s'est-il développé pour parvenir à ses formes actuelles ?

Chapitre 4

Le Pays Toy entre agro-pastoralisme, tourisme, hydroélectricité et conservation de la nature

1. Le pays Toy

« Le Pays Toy désigne, du moins dans les beaux dépliants publicitaires, le canton de Luz-Saint-Sauveur, un ensemble géographique dénommé depuis le Moyen-âge la vallée de Barège ». (Massoure, 2011 : 17)

Cette citation de Jean-Louis Massoure, né au Pays Toy, nous met la puce à l'oreille. Selon cet auteur littéraire qui consacre plusieurs ouvrages linguistiques, historiques, et toponymiques à la région de son enfance, le Pays Toy et la vallée de Barège font référence à la même entité géographique et à la même population. Mais l'utilisation de la première terminologie, « Pays Toy », serait simplement le résultat d'un effet de mode soutenu par l'argumentaire touristique, et dont l'usage serait apparu récemment :

« L'appellation Pays Toy est récente : à peine remonte-elle à une vingtaine d'années [écrit-il en 1999]. Elle s'est substituée à la dénomination administrative « Canton de Luz », qui elle-même, à la Révolution, avait évincé le terme ancestral « la vallée de Barège », qu'on réduisait aussi à Barège, sans –s final ». (Op.cit, 21)

Pour présenter ce pays – ou cette vallée – qui a été le lieu des mes enquêtes de terrain dans les Pyrénées, j'ai choisi de garder le terme de « Pays Toy », car c'est le terme largement utilisé localement. Aussi bien dans les dépliants touristiques, que sur les panneaux d'indication routiers, mais aussi et surtout dans les discours des habitants que j'ai rencontrés, on parle naturellement du « Pays Toy ». Outre la précision historique que Massoure (*ibid.*) souligne avec pertinence et qui nous permet de bien comprendre que Pays Toy et vallée de Barège désignent en fait la même chose, le glissement dans l'usage des terminologies toponymiques n'est pas sans susciter d'intérêt pour notre approche de la région. En effet, alors que j'en viens à décrire un pays et une communauté étroitement liés à l'agro-pastoralisme, Massoure rappelle, avec une pointe d'ironie, que le tourisme s'est immiscé dans les usages pour inventer une terminologie qui sortirait de nulle part :

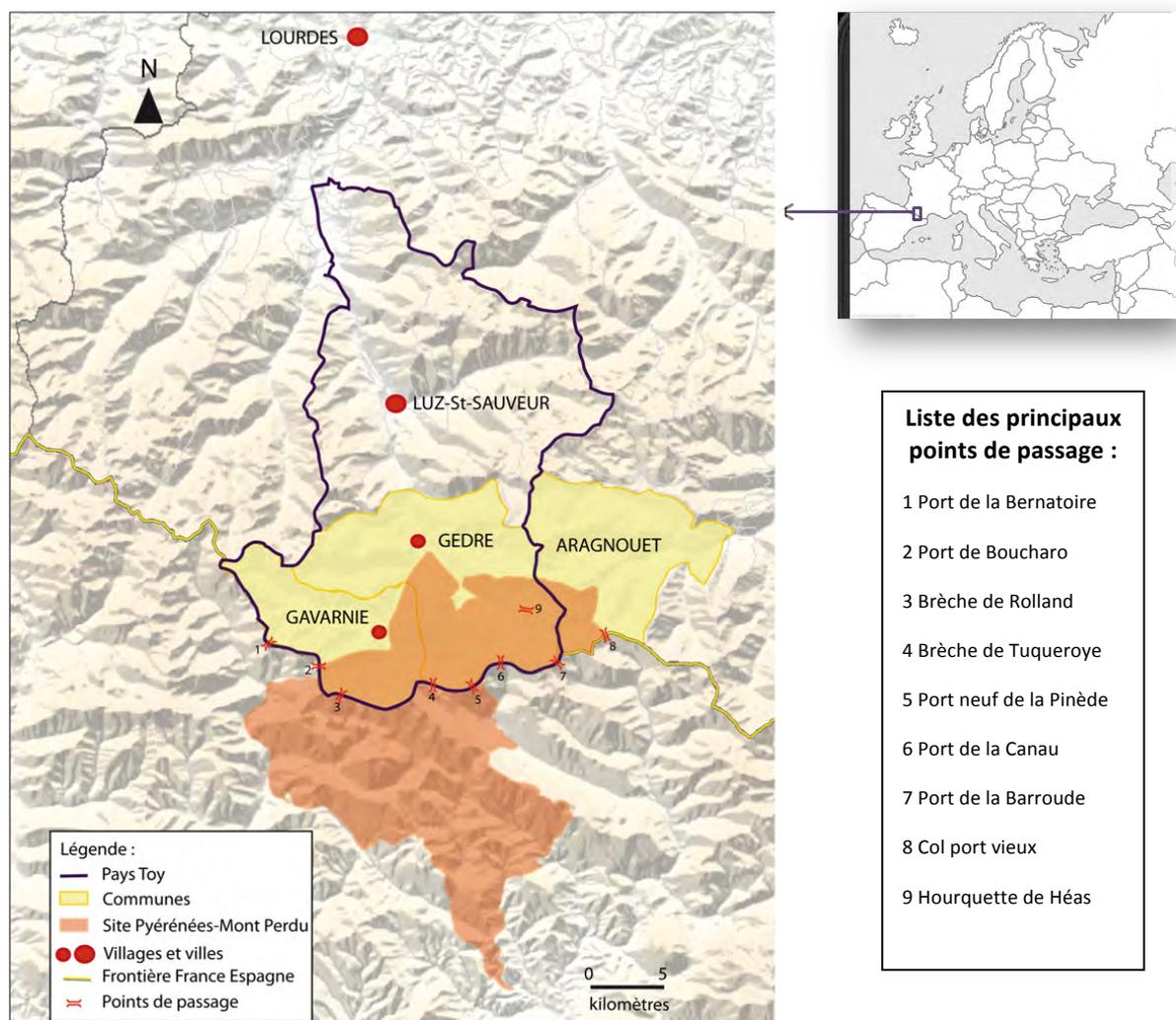
« Que signifie le mot Toy ?

Ce mot, inconnu dans les textes du Moyen-âge, inconnu dans les actes officiels de l'Ancien Régime, absent dans les relations laissées pas les grands voyageurs du XVIII^e et du XIX^e siècle, s'affiche partout aujourd'hui: tout est toy, du ticket de réduction pour touristes, à la discothèque et au

marchand de bérêt... Il s'imprime en permanence sur tous les dépliants que l'Office du Tourisme fournit gracieusement ». (Op.cit. : 31)

Approfondir ce débat étymologique ne sera pas ici mon propos, mais il traduit un glissement tout à fait intéressant sur la vision de la région, aspect sur lequel en revanche je me pencherai plus en détail. Retenant donc la terminologie utilisée couramment par mes informateurs, j'en viens à présenter en premier lieu ce territoire et sa population.

1.1. Un territoire et une identité liés à l'agro-pastoralisme



Carte 8. Périmètre du Pays Toy (partiellement compris dans le site du Patrimoine mondial inscrit en 1997-1999) et principaux passages naturels vers le versant sud par les crêtes.

Source : Revelin (2013), modifié d'après IGN, DREAL Midi-Pyrénées et pnp.fr.

Le pays Toy couvre une partie du versant français du site Unesco *Pyrénées-Mont Perdu* (carte 8). Il compte aujourd'hui 17 communes, dont celles de Gavarnie et de Gèdre - terrains de mes enquêtes. Ce Pays est celui de la communauté montagnarde dite « Toy », dont le mode de vie était traditionnellement lié à l'agropastoralisme ovin et bovin. Il trouve ses frontières historiques dans le

relief naturel de la montagne, délimité par les sommets et l'hydrographie. Ses limites administratives correspondent aujourd'hui au bassin du gave de Gavarnie et à la vallée de Barège, c'est-à-dire au canton de Luz-Saint-Sauveur. Depuis le 8 mars 1839, par ordonnance royale de Louis Philippe, ces limites administratives sont officiellement reconnues à travers la Commission Syndicale de la Vallée de Barège, qui est en charge de gérer les aspects fonciers et l'organisation de l'agriculture sur ce territoire d'environ 43 000 ha, situé entre 600 m et 2 300 m d'altitude. On parle donc des Barègeois ou des Toys pour désigner les habitants du Pays, qui compte aujourd'hui environ 3500 personnes (données de l'AOC Barèges Gavarnie, 2012).

Etymologiquement, le terme Toy renverrait à l'idée d'un homme petit. Marcel Lavedan (1964) définit le Toy comme « l'homme montagnard du Barège » qui a dû s'adapter aux contraintes multiples de la haute montagne en y cultivant le moindre arpent de terre disponible. Cet héritage agropastoral fonde l'essence du mode de vie de la communauté montagnarde. Le patois est un facteur identitaire fort, bien que sa survie soit menacée. Variante locale de l'occitan, il n'est parlé couramment que par les anciens. Deux jeunes Toy, tout juste bacheliers, expliquent pourtant que l'occitan est enseigné dans les écoles et que, grâce à cette base, elles sont capables de comprendre sommairement leurs parents et grands-parents qui communiquent en patois entre eux :

« Quand ma mère rencontre ses sœurs, elles parlent patois entre elles [...] L'occitan est enseigné dans la plupart des écoles pyrénéennes et il peut être pris comme option au bac. Il n'est pas enseigné partout, mais on l'a au collège de Luz et dans le lycée d'Argelès-Gazost. [...] Je l'ai appris, mais je ne le parle pas vraiment. Je peux comprendre par exemple les discussions entre les anciens ou la famille, s'ils ne parlent pas trop vite ». (Communications personnelles retranscrites, été 2010 à Héas)

Conserver la langue vivante est un signe d'attachement à leur identité Toy. Pourtant, malgré cet effort d'enseignement, elles ont le sentiment que le patois est voué à disparaître ou à devenir une langue morte. Il est enseigné pour la mémoire de la langue et de l'identité, mais n'est plus couramment parlé par les jeunes.

1.2. Un accès naturellement difficile vers le nord qui isole le Pays Toy

Le relief a longtemps isolé le Pays Toy de la Bigorre alentour (versant français). En raison d'un accès difficile en été et impossible en hiver, ses habitants vivaient en quasi-autarcie plusieurs mois de l'année. Les gorges vers le piémont français au nord ont longtemps été difficilement accessibles et l'ouverture des premières voies carrossables, qui ont remplacé les quelques chemins muletiers, est relativement récente. Cependant, l'histoire du Pays est marquée par un important système d'échanges avec les communautés aragonaises du versant espagnol. Contrairement à l'enclavement naturel vers les vallées et le piémont français, quelques passages s'ouvrent vers le sud au niveau des

crêtes frontalières. Nommés « port », « hourquette », « brèches » ou « cols » (voir carte 8), ils permettaient des échanges commerciaux, contrebandiers et pastoraux très importants entre les deux versants (Péjot, 1999).

1.3. Complémentarité des versants et compascuité comme supports de l'économie du territoire

Les relations entre les communautés de l'adret et celles de l'ubac reposaient initialement sur une complémentarité entre ce qui pouvait être produit et échangé sur chaque versant. Dès le XI^e siècle, les Aragonais, plus nombreux que les Barégeois (les Toys), profitaient des conditions plus humides du versant nord en estivant leurs troupeaux de l'autre côté de la frontière (Péjot, 1999). Ces pratiques extensives, basées sur la complémentarité de l'utilisation pastorale des deux versants, ont progressivement abouti à l'adoption de conventions de paix relatives à l'usage partagé du territoire et finalement à une gestion singulière du foncier. Des accords de « compascuité » - système foncier particulier garantissant la propriété et l'usage alterné des pâturages entre français et espagnols (Bobbé, 2009) - assuraient aussi la paix et la liberté de circulation et de commerce entre les deux versants. D'abord oraux, ils sont scellés lors de la signature des *Lies et Passeries* en 1384 entre Barège et Bielsa et en 1390 entre Barège et Broto. La spécificité de ces traités réside dans la garantie de droits (compascuité, commerce et non-agression) indépendants des aléas relationnels entre les pouvoirs centraux français et espagnols.

Outre ces échanges pastoraux, de véritables relations de commerce s'installent et transitent par les passages naturels susmentionnés. Le port de Boucharo (2270 m. d'altitude, passage n°2 sur la carte 8) près de Gavarnie était le plus fréquenté :

« Le port de Gavarnie [désignant le même passage que le port de Boucharo] est le plus fréquenté. Nulle saison n'en interdit totalement le passage. C'est une chose remarquable que le mont le plus élevé de cette partie de la chaîne soit précisément celui qui offre sur ses flancs la communication la plus facile », écrivait Ramond en 1792, en expliquant cette singularité par la morphologie ». (De Bellefon et al., 2000 : 148)

La Révolution française marque la fin des accords commerciaux. Les itinéraires transfrontaliers sont désormais principalement d'usage touristique (randonnée pédestre) et religieux (pèlerinages). Cependant, l'héritage vivant de tels accords subsiste. La montagne d'Ossoue, située dans la proche périphérie du site aujourd'hui classé à l'Unesco, est toujours soumise au régime du traité de Bayonne signé en 1862 par Napoléon III et Isabelle II d'Espagne. Réminiscence des premiers accords du XI^e siècle, le traité accordait aux deux parties la propriété commune de la montagne d'Ossoue. Les droits de pacages relatifs aux pâturages d'Ossoue furent circonscrits plus précisément par le traité de

compascuité de 1927 : depuis cet accord, les Barégeois jouissent des pâturages jusqu'au 18 juin et après le 25 septembre tandis que les aragonais en prennent possession à partir du 22 juillet⁴² et jusqu'à septembre (Commission syndicale de la vallée de Barèges, 2010). Chaque année donc, plus d'un millier de vaches aragonaises passent le col de la Bernatoire (passage n°1 sur la carte 8, photos 10) fin juillet pour pacager sur les quartiers plus verts d'Ossoue, événement devenu une fête pastorale annuelle importante, qui attire aujourd'hui aussi des touristes.



Photo 10. Arrivée des vaches aragonaises depuis le versant espagnol après 4 jours de transhumance. Photo : F. Revelin.

1.4. Les transhumances - entre pratiques pastorales, mode de vie et paysages

La transhumance est un élément central de l'organisation agro-pastorale et foncière du versant français et concerne principalement l'élevage ovin et bovin. Son fonctionnement est relatif à l'usage des ressources naturelles selon l'étagement de la végétation et les variations saisonnières. Pour mieux comprendre le fonctionnement des transhumances, on peut les présenter selon trois systèmes, tous basés sur l'estivage des troupeaux et hérités de systèmes traditionnels anciens :

⁴² Entre le 18 juin et le 22 juillet, les pâturages doivent être laissés libres pour se régénérer avant l'arrivée des troupeaux espagnols.

- L'estivage traditionnel des valléens

Le premier système concerne uniquement les éleveurs de la vallée de Barèges. En hiver, les troupeaux sont dans les bergeries ou les étables, près des lieux d'habitation autour de 600 à 1000 mètres d'altitude environ. Au printemps, ils transhument vers les granges foraines et les prairies alentours entre 1000 et 1800 mètres. L'été, les troupeaux migrent vers les estives au-delà de 2000 mètres, entre l'étage subalpin et l'étage alpin. Les ovins peuvent pacager (terme utilisé dans les Pyrénées pour dire « paître ») les estives plus escarpées et difficiles d'accès, tandis que les bovins restent à des altitudes moins élevées sur des pâturages plus accessibles. Ces transhumances régulières s'effectuent dans une aire géographique restreinte, par les agriculteurs locaux. Elles se font donc principalement à pied.

- les transhumances héritées des *Lies et Passeries*

Le deuxième système est de dimension internationale et relève des accords susmentionnés entre la France et l'Espagne. Les troupeaux bovins de la communauté aragonaise de Broto transhument chaque année vers les quartiers français de la vallée d'Ossoue à partir du 22 juillet. Les troupeaux passent à pied la frontière naturelle des crêtes au niveau du lac de la Bernatoire pour venir pacager sur le versant français, au moment où l'adret trop aride ne fournit plus assez de ressources.

- L'estivage cédé aux éleveurs du piémont

Le troisième système de transhumance implique une aire géographique plus vaste : les alpages non utilisés par les agriculteurs locaux ou par les Espagnols dans le cadre des accords de compascuité sont loués aux agriculteurs de plaine (souvent originaires du secteur Lourdes-Tarbes). Ici, la distance de transhumance nécessite l'utilisation de moyens de transports motorisés.

Ces transhumances transforment les paysages, au sens physique du terme (substrat biogéographique), à la fois par les pressions de pâturages exercées par les animaux aux différents étages montagnards, qui maintiennent l'ouverture du paysage et empêchent la prolifération de boisements spontanés (Luginbühl, 1999, Friedberg et al, 2000), et par les chemins de transhumances. Les passages répétés des troupeaux au cours des siècles ont dessiné des sentiers dans la montagne, aujourd'hui investis par d'autres intentions que leur seul dessein pastoral, et en particulier par les touristes.

1.5. La Commission syndicale : une gestion indivise des territoires pastoraux communs

Dans le Pays Toy, l'organisation pastorale repose sur une gestion singulière du foncier basée sur la propriété commune des pâturages par un organisme intercommunal déjà mentionné : la Commission Syndicale de la Vallée de Barèges. Depuis l'ordonnance Royale de Louis Philippe en 1839, elle possède et gère les biens indivis des 17 communes françaises du Pays Toy. L'ancien maire de Gèdre souligne que cette gestion implique aujourd'hui des collaborations étroites entre la Commission syndicale et les municipalités sur les questions d'aménagement du territoire, puisque celles-ci, lorsqu'il s'agit du domaine public, sont d'abord sous le joug de la Commission syndicale :

« Il n'y a pas de territoire communal, alors que beaucoup de communes en France ont un territoire, ici, en dehors des propriétés privées, c'est valléen. Les hautes montagnes, les pâturages, ce qui est communal, c'est indivis, c'est 'valléen' on dit. C'est-à-dire c'est indivis entre les 17 communes du canton. Ce sont les 17 communes qui sont à la commission syndicale et qui forment le canton, et qui sont par exemple le terrain sur lequel était implanté la route ou le centre touristique d'ailleurs, et les murs nous appartiennent, pas le sol ». (M.P. Gèdre, été 2010)

Environ 40 000 hectares d'estives et de forêts relèvent aujourd'hui de cette gestion dite « valléenne », que l'on appelle aussi des « communs ». La Commission syndicale est en charge de la réglementation des pâturages, de la construction d'équipements pastoraux sur les estives, des coupes de bois à réaliser, de l'ouverture des pistes forestières, de l'autorisation ou non à des exploitants privés ou publics d'utiliser le domaine valléen à des fins commerciales, de l'autorisation ou non à construire des équipements touristiques notamment sur les domaines skiables. Sa vocation première est associée à la gestion pastorale du territoire. Les pâturages valléens sont divisés en 18 unités pastorales elles-mêmes subdivisées en quartiers. Chaque éleveur valléen occupe traditionnellement le même quartier pendant toute la durée de l'activité professionnelle. Les valléens jouissent d'un accès gratuit à leurs quartiers, tandis que les non valléens paient un fermage pour l'occupation des pâtures valléennes. En 2010, plus de 20000 ovins et 3300 bovins ont pacagé les quartiers valléens, ainsi que 158 caprins et 63 équins (Commission syndicale de la vallée de Barèges, 2010).

Le Pays Toy a ses racines dans l'activité traditionnelle agro-pastorale (principalement l'élevage ovin et bovin) qui marque encore aujourd'hui l'organisation économique et foncière du territoire et les paysages. Cependant, au cours du XX^e siècle, le Pays Toy s'est progressivement transformé sous l'effet de plusieurs facteurs : arrivée plus massive des touristes, implantation d'autres secteurs d'activités, transformation de l'élevage et déprise agricole. Ce mouvement s'est produit

progressivement à mesure que le Pays Toy se désenclavait et devenait de plus en plus facilement accessible.

2. Ouverture du Pays Toy et développement du tourisme

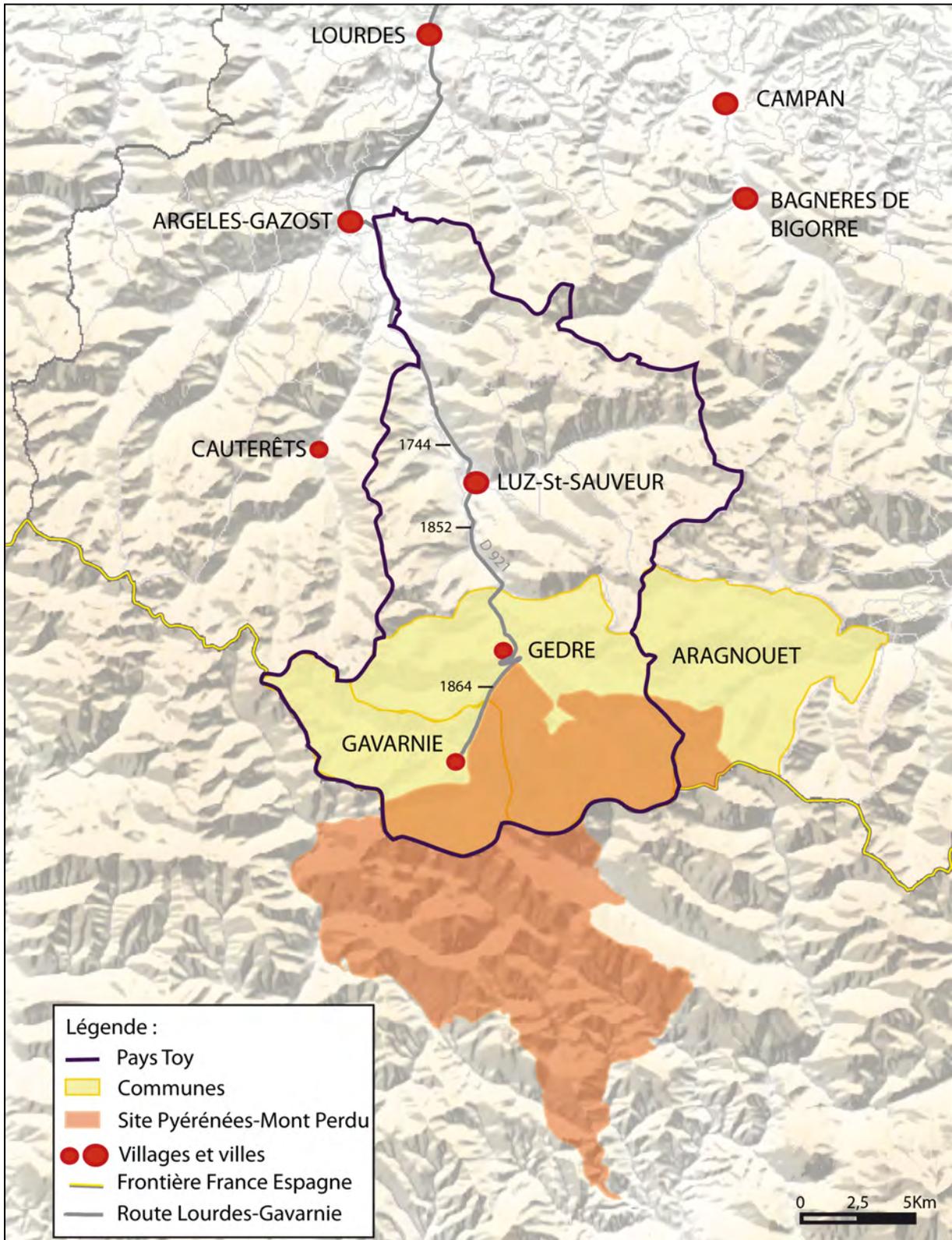
2.1. Des routes pour désenclaver le Pays Toy

Comme je l'évoquais précédemment, l'influence du tourisme thermal dans la découverte et l'ouverture des Pyrénées a été déterminante (Briffaud, 1994). En particulier, dans la zone étudiée du versant français, la proximité des stations thermales de Barèges, de Luz-Saint-Sauveur et de Cauterets ont rendu la région plus accessible. Une route carrossable entre Lourdes et Gavarnie est construite progressivement. A partir de 1744 en effet, on peut rejoindre Luz (voire carte 9). Mais la haute-montagne reste enclavée : l'aménagement des routes en altitude débute réellement au XIX^e siècle et contribue significativement à l'ouverture du Pays Toy.

C'est sous l'influence des séjours répétés de Napoléon III et de l'impératrice Eugénie aux thermes de Luz-Saint-Sauveur que naissent ces projets d'aménagement. Emblématique de ces grands travaux, le pont Napoléon est construit entre 1859 et 1863 pour traverser le gave de Gavarnie, à Saint-Sauveur. A partir de là, sont entamés les travaux d'aménagement d'une route qui a pour objectif de percer les sombres gorges de Luz jusqu'au versant espagnol – qu'elle n'atteindra jamais, puisqu'elle s'arrête au port de Boucharo, près de Gavarnie. Cette route, la RN21 (aujourd'hui D921), joue un rôle majeur dans l'accès à la haute-montagne : elle constitue encore aujourd'hui le seul accès qui conduit à Gèdre, depuis 1852, et à Gavarnie, depuis 1864 (De Bellefon et al, 2000). L'ambition initiale de la prolonger par les cols jusqu'à la ville espagnole de Huesca n'aboutira cependant jamais.

Ce désenclavement progressif a pour double conséquence de promouvoir l'accès à la haute montagne pour les nombreux visiteurs qui se cantonnaient jusque là au piémont ou aux fonds de vallées, et d'accroître les échanges et les contacts entre la population montagnarde du Pays Toy et la population des vallées et des plaines situées au nord.

Souvenons-nous qu'avant l'ouverture de ces premières routes, l'enclavement de la vallée constituait une barrière qui séparait clairement le Pays Toy du reste du versant français, si bien que la population pastorale était plus proche du versant espagnol, avec lequel elle entretenait de nombreux échanges. Le désenclavement a donc opéré des changements culturels et économiques importants en facilitant l'accès à cette zone depuis le piémont français et en modifiant la structure des échanges entre la communauté Toy et l'extérieur de la vallée.



Carte 9. Etapes de la construction de la route entre Lourdes et Gavarnie.
 Source : Revelin (2013), modifié d'après IGN, DREAL Midi-Pyrénées et PNP.



Figure 26. Carte postale montrant le Pont Napoléon à Saint Sauveur et du début de la route nationale 21 qui conduit à Gèdre et à Gavarnie, début du XX^e siècle. Source : loucrup65.fr, 2012.

2.2. Des pèlerinages de Lourdes à la naissance d'un tourisme de masse

En 1858, un évènement important se produit plus au nord, dans le piémont français, et va bouleverser le Pays Toy : la renommée de la ville de Lourdes explose au sein de la communauté catholique. Cette date correspond, pour les catholiques, aux apparitions de la Vierge Marie à Bernadette Soubirous dans la grotte de Lourdes. La ville - préfecture du département des Hautes-Pyrénées - se transforme dès lors en un lieu de pèlerinage.

A partir de 1866, les premiers trains de pèlerins desservent Lourdes. Un article du quotidien *La République des Pyrénées* (16 août 2010), souligne, dans le cadre d'une exposition sur l'histoire de la gare de Lourdes, le lien entre le développement de l'accès ferroviaire à la ville et l'affluence des pèlerins. Il note que l'Assomption, fête catholique consacrée à la Vierge le 15 août, est chaque année un moment important de pèlerinage pour les sanctuaires religieux de la ville :

«Depuis le XIX^e siècle, l'histoire du chemin de fer et des sanctuaires sont intimement liées. Il n'est pas excessif d'affirmer que sans le réseau ferré, Lourdes ne serait pas ce qu'elle est. [...] Les documents permettent de constater que les pèlerinages à Lourdes et les trains se sont développés dans un même élan. Les 18 apparitions de La Vierge à Bernadette Soubirous datent de 1858 (du 11 février au 16 juillet). Le premier train de pèlerin arrive en gare de Lourdes en 1866. Le premier pèlerinage des Assomptionnistes a lieu en 1873». (Extrait de la République des Pyrénées, 16 août 2010)



Figure 27. Train de pèlerins qui s'apprête à partir de Lourdes, 1906.
Source : La République des Pyrénées, 16 août 2010.

Aujourd'hui, la ville de Lourdes dispose d'un aéroport international (aéroport de Tarbes-Ossun-Lourdes) depuis 1958 et possède une gare TGV. Selon l'Insee, Lourdes est en 2011 la deuxième ville hôtelière de France après Paris. L'office de tourisme de la ville précise que les sanctuaires religieux « accueillent chaque année plus de 6 millions de pèlerins et de visiteurs » (site officiel de la ville de Lourdes, 2012), fréquentation qui serait par exemple deux fois plus élevée que celle du Mont-Saint-Michel. Lourdes accueille des visiteurs internationaux depuis près de 150 ans et est aujourd'hui répertorié par le guide touristique intitulé *Les 1000 lieux qu'il faut avoir vus dans sa vie* (Schultz, 2006) comme le « premier lieu de pèlerinage d'Europe », et la « ville française la plus visitée après Paris ».

La popularité de Lourdes comme lieu de pèlerinage est en partie liée à la réputation des miracles : des pèlerins malades ont déclaré avoir guéri miraculeusement lors de leur venue à Lourdes et de nombreux malades font donc ce pèlerinage dans l'espoir de guérir. La foi en ces miracles représente une force d'attraction très importante et entretient la réputation de Lourdes. Cette dimension des pèlerinages s'est progressivement institutionnalisée, ce qui alimente la notoriété du site religieux : par exemple, il existe aujourd'hui un système de reconnaissance des miracles par l'Eglise, basé sur un Bureau des Constations et un Comité médical international qui enregistrent les guérisons jugées miraculeuses. L'eau de Lourdes, en particulier, a la réputation de provoquer ces miracles et des millions de pèlerins viennent la boire, s'y laver, ou la recueillir dans des petits contenants vendus sur place pour la rapporter chez eux.

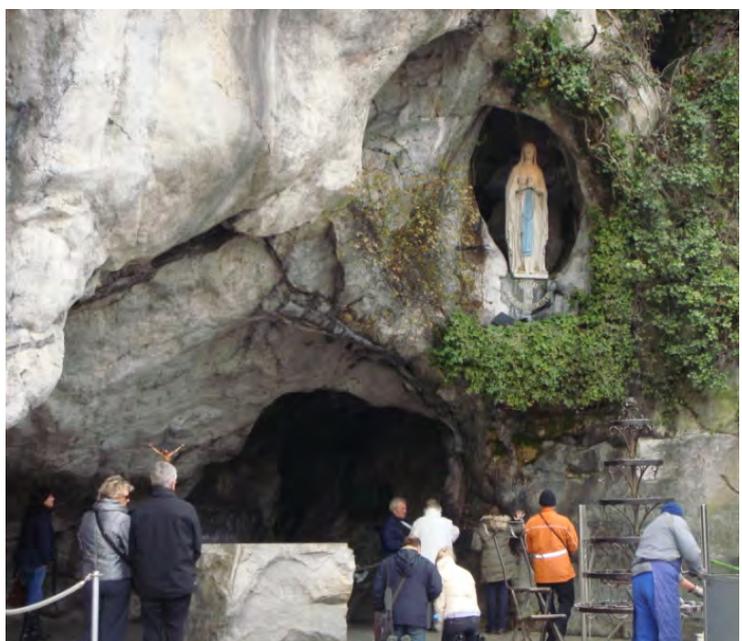


Photo 11. & 11 bis. Panneau des sanctuaires de Lourdes invitant les pèlerins à boire l'eau de la source et à s'y laver ; Pèlerins se recueillant devant la grotte de Lourdes. Photo : F. Revelin.

2.3. Le rayonnement des pèlerinages de Lourdes sur le tourisme pyrénéen

Progressivement, les pèlerins venus à Lourdes pour des motifs religieux adoptent des pratiques excursionnistes vers les sites alentour d'intérêt touristique. La frontière entre pratiques religieuses de pèlerinage et pratique touristique est de plus en plus poreuse. La ville est située au pied des Pyrénées, à seulement 50 kilomètres du village de montagne de Gavarnie. Le rayonnement de la popularité de Lourdes va, à partir du XIX^e siècle et en particulier au cours du XX^e siècle, irriguer un tourisme massif dans la périphérie proche de la ville, et en particulier dans les vallées pyrénéennes.

Déjà rendu célèbre par les Pyrénéistes (voir chapitre 3), le cirque de Gavarnie est sensiblement touché par cette influence. Sa fréquentation s'intensifie tout au long du XX^e siècle, sous l'effet de ce flot d'excursionnistes. Des trajets en bus sont organisés à la journée depuis Lourdes jusqu'au village de Gavarnie. En 2010, le directeur des offices de tourisme de Gavarnie-Gèdre explique que ce phénomène est encore fort durant les grandes périodes de pèlerinages :

“On a une période qui est avril-mai-juin, où là on a une très grosse affluence de Lourdes. Des pèlerinages qui commencent en avril, et les cars, avec la destination de Gavarnie. Donc là, très grosse affluence. Le poids, je ne le connais pas, mais c'est fort. [...] Ils arrivent en train ou en charter à Lourdes. Quand ils arrivent à l'hôtel, on leur dit ben voilà, on va vous proposer des excursions, et ils viennent une journée à Gavarnie, ils passent au pont d'Espagne.

- *Ce sont des gens qui viennent d'où?*

C'est très très large. Ça peut être des Indiens, des Italiens. Là-dedans, on a les retraités, de France - de partout-, Benelux, Anglais, pays de l'est quelques Américains, Espagnols.” (Lionel M., 2010 à Gavarnie).

Ce phénomène participe à la construction d'une mémoire collective du lieu : en devenant un lieu d'excursion pour les pèlerins français et internationaux de Lourdes, le cirque de Gavarnie acquiert une renommée mondiale. L'attractivité de Lourdes a ainsi ouvert la voie à un tourisme massif vers le petit village, qui, en l'espace d'un siècle, s'est transformé en un haut-lieu de tourisme.

3. « Gavarnie, le nom » : histoire d'une mémoire collective

Avant même de me rendre pour la première fois sur ce terrain d'étude en 2010, j'avais, sans en mesurer pleinement la teneur, recueilli des marqueurs du phénomène de transposition de la popularité de Lourdes vers la construction d'une mémoire collective du site touristique de Gavarnie.

En expliquant à des amis de mon village en Bourgogne que j'allais partir faire du terrain dans les Pyrénées, à Gavarnie, j'avais été étonnée de leur réaction : « Ah oui, le cirque de Gavarnie, c'est magnifique ! ». Ces personnes, que je connais bien, n'avaient jamais été de grands férus de voyages,

ni de montagne. A ma connaissance, ils ne portaient même jamais en vacances. Obtenant trois fois ce type de réponse intrigante, je me demandais comment ils pouvaient bien connaître ce village de 150 habitants au fond des Pyrénées, à 800 km de chez nous. Dans les trois cas, ces personnes m'expliquèrent que, plus jeunes, elles étaient parties en pèlerinage à Lourdes avec un groupe religieux du village, en car. A cette occasion, elles s'étaient rendues au cirque de Gavarnie. Elles se souvenaient de la route périlleuse qui y menait, et avaient été marquées par les ânes et les chevaux qui portaient les touristes sur le chemin du cirque. « Et alors un monde, un monde! », soulignait Claire en me racontant ce souvenir. Dans son récit, ce qui avait marqué cette amie était autant la beauté du site que sa fréquentation : cette quantité invraisemblable de personnes, ou plutôt disproportionnée par rapport à la taille du petit village, qui étaient là en même temps qu'elle. Plus tard, au cours de mes missions à Gavarnie, en interrogeant les habitants et les touristes sur place, j'ai recueilli des discours similaires qui reflètent l'image touristique que Lourdes a participé à imprimer sur le village, et qui fait partie de la mémoire collective du lieu. Un touriste anglais qui vient à Gavarnie passer un mois l'été depuis trente ans m'explique :

« Mais il faut quand même savoir que Gavarnie est connu partout. La plupart des Français que je rencontre ont été à Gavarnie au moins une fois. Et le tourisme était attiré par Lourdes ». (Andrew, été 2010 à Gavarnie)

J'ai pu vérifier cette affirmation à travers ma propre expérience : il m'a rarement été difficile de localiser ce terrain de recherche lorsque j'évoquais mon sujet de thèse à l'occasion de rencontres spontanées dans ma vie parisienne. Gavarnie est un nom qui parle. L'aubergiste chez qui j'ai séjourné plusieurs semaines me racontait aussi cette affluence venant de Lourdes à la période de Pâques. Il pointe du doigt un rythme des visites très établi, systématisé et soutenu, dénonçant en filigrane une dimension désincarnée de la visite, où toute expérience réelle du lieu s'efface dans le caractère répétitif et convenu des excursions :

« L'année prochaine, tu reviens vers Pâques, et tu vas voir ce que c'est les cars de Lourdes ! Ils arrivent, ils vont au bout du village, ils s'assoient en terrasse en face du cirque, ils boivent un Orangina ou un Coca, et ils partent. Après, ils les emmènent à Caunterets, ils vont faire le pont d'Espagne et c'est pareil ». (Olivier P., été 2010 à Gavarnie)

L'influence des pèlerinages de Lourdes, symbolisée dans les discours locaux par l'image des flots de « cars de Lourdes » joue donc un rôle majeur dans la renommée du cirque de Gavarnie. Les phases successives et étroitement imbriquées de pèlerinages à Lourdes, d'excursionnisme et de naissance d'un tourisme de masse à Gavarnie ont complètement bouleversé le petit village de haute montagne en moins de 150 ans. Il s'est transformé en un site mondialement célèbre, un site à visiter.

« Gavarnie, le nom » est même devenu une catégorie utilisée dans les statistiques réalisées par les offices de tourisme de Gavarnie-Gèdre. Le directeur explique ainsi que pour connaître plus finement les motifs touristiques des visiteurs, le type de requêtes formulées dans les offices de tourisme par les touristes, de même que la raison principale de leur visite sont enregistrés par les réceptionnistes. Lors d'un entretien, il reprend de mémoire ces données pour souligner l'importance du « nom » Gavarnie, parmi les motivations des touristes qui passent par le bureau d'information :

« Alors, pour être clair, niveau office, quand on se renseigne pourquoi les gens sont venus, à 80%, c'est le nom Gavarnie. A 15% c'est le Parc national. Et les 5%, c'est tout le reste ». (Lionel M., hiver 2010 à Gavarnie)

Je n'ai pu accéder directement à la donnée brute qui amène à ce résultat et donc juger de sa fiabilité. Cependant, cette tendance a été largement confirmée par l'ensemble des agents des offices de tourisme, avec lesquels j'ai établi une relation plus durable en m'immergeant dans les offices de manière continue et répétée. Deux employées de Gavarnie m'expliquaient par exemple, ironiquement, qu'il n'était pas rare que des touristes viennent leur demander où était le cirque, confondant le cirque glaciaire de Gavarnie avec un cirque de spectacle. Elles illustraient par là l'idée que les gens connaissent parfois le nom du site, sans même savoir ce qu'ils viennent vraiment y voir.

3.1. Un accès facile vers un cirque qui se laisse facilement contempler

L'ancien maire du village fournit une interprétation supplémentaire à cette renommée. Il explique que si le cirque de Gavarnie est si célèbre et attire une telle foule, c'est également parce qu'il est accessible facilement, sans nécessiter de conditions physiques particulières. Pour un site naturel en zone de haute-montagne, ceci est plutôt rare :

« Et puis, Gavarnie, c'est accessible à tous. Il n'y a pas besoin d'être un grand montagnard pour profiter du cirque de Gavarnie. On pose la voiture à l'entrée, on va au cirque de Gavarnie, on peut en prendre plein les yeux ». (Jean-Jacques A., été 2010 à Gavarnie)

En été, des files de voitures rejoignent le village le matin et stationnent au parking durant la journée. Des familles principalement, mais aussi des groupes de touristes de tous âges se promènent sur le sentier central qui mène au cirque, soit à environ une heure de marche jusqu'à ce qui est nommé l' « hôtellerie du cirque » (photo 12), soit à deux heures de marche jusqu'à la cascade. Ce sentier de haute-montagne, facile d'accès, est donc une destination idéale et renommée de *sight-seeing* dans la région des Pyrénées. L'offre naturelle d'un accès facile au cirque depuis le village constitue, comme le remarque le directeur de l'office, une force de son attractivité :

« [...] la chance qu'on a, c'est que le cirque il est « contemplable ». Voilà, on peut le contempler. Mais sans faire de montagne. La force qu'on a, c'est ça ». (Lionel M., hiver 2010 à Gavarnie).



Photo 12. Hôtellerie du cirque, été 2010. Photo : F. Revelin.



Photo 13. Vue sur le cirque et sa célèbre cascade depuis l'hôtellerie, été 2010. Photo : F. Revelin.

Sa réputation, « le nom Gavarnie », en fait un site incontournable de la chaîne pyrénéenne, un des sites à voir. Un agent du Parc national des Pyrénées, travaillant dans la zone qui couvre une partie du territoire de Gavarnie-Gèdre souligne que ce haut-lieu de tourisme et de *sight-seeing*, est très localisé. Certes, il influence le développement du tourisme sur une aire géographique plus vaste, mais il n'est pas représentatif du tourisme qui se développe dans la proche région, et notamment dans l'ensemble du site classé au Patrimoine mondial.

« Gavarnie est plus un lieu de passage, un lieu qu'il faut voir au même titre que la tour Eiffel ou le Mont-Saint-Michel. Mais les gens ne savent même pas pourquoi ils viennent, parce qu'on leur a dit, parce que c'est un lieu à voir... Qui leur a dit ? ils savent pas. Eux même... la société... En tous cas, c'est vraiment concentré sur le cirque. Quand on sort des chemins battus, c'est totalement différent. » (Agent du Parc, été 2010 à Gavarnie)

La notoriété du site œuvre aujourd'hui comme un moteur de sa fréquentation, et la mémoire collective qu'elle génère agit comme une force reproductive du tourisme. Sur le versant français, le monument naturel de Gavarnie est un *hot-spot* de tourisme dont l'accès pédestre principal est bien délimité.



Figure 28. Vue satellite du sentier pédestre vers le cirque de Gavarnie depuis le village.
Source: Revelin (2013), modifié d'après googleMap.

La zone présentée en orange sur cette photographie satellite est la plus fréquentée. Le relief perceptible sur la photographie montre le creusement de la vallée, qui permet un accès avec peu de dénivelé jusqu'au cirque (il faut marche sur une zone relativement plane sur environ 2,5 kilomètres depuis la sortie du village). L'hôtellerie du cirque, bar-restaurant construit dans le périmètre de la zone cœur du Parc national des Pyrénées⁴³, offre une vue panoramique sur le cirque, qui se présente aux touristes comme une muraille de 1500 mètres de dénivelé brut (voir photo 13).

Des rapports de fréquentation basés sur des données qualitatives et quantitatives sont effectués par le Parc national des Pyrénées, dans le périmètre du territoire protégé, dont le cirque de Gavarnie fait

⁴³ L'hôtellerie préexiste à la création du Parc national.

partie. Les données quantitatives renseignent notamment sur le nombre de passages pédestres dans certaines zones du Parc. Pour cela, des compteurs pédestres automatiques sont placés sur les sentiers et permettent, grâce à des réajustements statistiques et à des contre-comptages manuels basés sur l'observation, de donner des estimations du nombre de personnes qui visitent certaines zones. Les résultats de ces enquêtes montrent que sur l'ensemble du Parc national, le site de Gavarnie, dans le secteur de Luz, est le plus fréquenté (Parc national des Pyrénées, 2011). Un compteur est placé à hauteur de l'Hôtellerie du cirque, et dénombre, entre le 15 juin et le 15 septembre 2011, 91 901 personnes (*op.cit.*). En particulier en juillet et en août, période de fréquentation maximale, le nombre de marcheurs empruntant le sentier du cirque au moins jusqu'à l'hôtellerie oscille entre 30 200 (juillet 2011) et 45 700 (août 2011), ce qui approche en moyenne respectivement 976 et 1474 personnes par jour. Cette étude, complétée par des observations des comportements, précise que la plupart de ces visiteurs suivent un itinéraire aller-retour (estimation de 90%). Ces données reflètent donc les tendances d'une fréquentation massive, en particulier en saison estivale, et relativement canalisée sur l'itinéraire du sentier principal du cirque qui garantit un accès facile à la contemplation du monument naturel.

3.2. Gavarnie, un village de tourisme ?

Si la fréquentation du site de Gavarnie a vraisemblablement fluctué au cours de l'histoire, cette opportunité touristique a néanmoins transformé la structure du village en moins d'un siècle. Les 800 000 à 1 million de visiteurs transitant par le village de Gavarnie annuellement, selon les estimations de l'office du tourisme en 2010, ont généré une offre de services touristiques importante pour le village.

A partir de la fin du XIX^e siècle, la démocratisation de l'accès au village combinée à l'explosion de la popularité du cirque ont amené la population, jusque là principalement pastorale, à se tourner vers le tourisme. Une personne retraitée, âgée de 78 ans en 2010, habitante du village et qui aide aujourd'hui sa fille à tenir des chambres d'hôte dans leur maison familiale, me raconte comment elle a très jeune hérité d'un café que tenaient ses parents :

« Nous avions un café en bas, à la place de l'office du tourisme. On ne faisait que restauration. Je l'avais hérité de mes parents, alors je l'ai continué. Une fois le certificat passé, on n'allait plus à l'école. Alors bon, j'aidais mes parents à l'époque, et puis bon, maman est décédée très jeune. À 45 ans. Alors ce qui fait que j'ai pris la suite avec mon père et mon beau père. Je crois qu'il l'avait toujours. [...] Je ne sais pas si mes arrière grands parents ils avaient déjà un commerce ou s'ils ne faisaient que l'agriculture. Et les chevaux, je ne sais. Et mes grands parents, je ne sais pas.

[...] Il y avait aussi les cars de Lourdes, avec les pèlerins, et on les recevait, même chez nous on recevait les pèlerins, avec leur pain de midi. Alors ils mangeaient et puis l'après midi ils faisaient le

cirque. Ils apportaient leur casse croûte et à l'époque on faisait payer la place. Je sais pas combien ça coûtait. Mais on ne pouvait pas les recevoir sans rien laisser, parce qu'on avait une table.

[...]Après, bon, j'ai fait construire là [où elle habite aujourd'hui], j'ai fermé le commerce. Je crois que ça a dû être [...] j'ai dû le fermer en 56. Ou 57. Parce que toute seule, je n'y arrivais pas. [...]Alors on a vendu le café et puis on est arrivés ici en 1979. Et je fais les chambres ». (Rose-Marie F., hiver 2010 à Gavarnie)

L'ancien maire du village explique que finalement, aujourd'hui, presque tous les habitants ont une activité commerciale ou hôtelière liée à ce tourisme :

« C'est 170 habitants, il y a 40 familles, il y a 40 commerces pratiquement ». (Jean-Jacques A., été 2010 à Gavarnie)

Les « commerces » auxquels il fait référence sont principalement de petites structures, souvent familiales avec quelques employés saisonniers. Il s'agit de restaurants, d'hôtels, de chambres d'hôtes, de campings, de cafés, de magasins de souvenirs, ou des loueurs de montures (qui louent des ânes ou des chevaux pour la promenade du village jusqu'à l'hôtellerie du cirque). Ils sont principalement regroupés dans la rue centrale du village dit d' « en haut ». Cette rue est pédestre en été, pendant la haute saison touristique. On y accède depuis le village dit d' « en bas », où ont été aménagés des parkings qui permettent le stationnement des véhicules en provenance de la route de Gèdre (voir figure n°29). Ces aménagements ont été réalisés dans le but de canaliser et organiser ce flot estival de touristes.

Structurer le tourisme était un projet central pour l'ancien maire de Gavarnie. Face à une situation qui devenait difficile, il a réorganisé l'accès au village durant ses mandats. Il explique comment il a fallu appréhender la vague de tourisme estival qui dépassait complètement les capacités d'accueil du village :

« Et puis, c'était la cobue dans le village. Des chevaux il y en avaient en bas, en haut, partout, tu en avais tous les 10 m. Donc ce n'était pas organisé. Donc l'Etat m'a conseillé de faire une rue piétonne. C'est moi qui l'ai mise en place. Et puis on a mis les parkings payants à l'entrée du village. Et donc on a fait les parkings et puis après on a mis en place la rue piétonne. Donc révolution dans le pays, forcément. Parce que toutes les petites unités, tous les commerces, ils avaient leurs unités qui fonctionnaient sur eux-mêmes. Ils avaient leurs parkings, leurs bistrots, leurs chevaux. Chacun travaillait pour lui. Donc ce n'était pas une organisation dans l'intérêt général. Donc moi, ça n'a pas été facile d'imposer les parkings en bas, la rue piétonne, avoir tous les chevaux à la sortie du village. En considérant que pourtant le village devenait plus accueillant. Si tu ne laisses pas la rue piétonne, tu as 300 voitures qui arrivent. En plus, le touriste il arrive il pose sa voiture à l'entrée du village, il va au cirque, il revient il reprend sa voiture à l'extérieur du village. Donc il passe par les commerces, donc ça devrait être valorisé, même pour les commerces. Parce qu'ils passent à l'aller et au retour. Et les parkings à l'époque ça rapportait 1 millions de francs à la commune. Je ne sais pas ce que ça rapporte maintenant, mais ça payait des emplois saisonniers, ça

créait 5 ou 6 emplois. Moi je mettais des jeunes, des étudiants, ils cherchaient un petit job d'été. Voilà ma logique ». (Jean-Jacques A., été 2010 à Gavarnie)



Figure 29. Village d'en bas et village d'en haut à Gavarnie. Photo : F. Revelin.

Ce pic estival de tourisme à Gavarnie, je l'ai déjà souligné, n'est pas représentatif de l'ensemble du tourisme qui se développe plus largement dans le site, aux différentes saisons. Cependant, son poids est considérable, notamment par les bouleversements qu'il a engendrés dans la structure du village, aussi bien du point de vue de l'aménagement que du point de vue socioculturel et économique. A l'échelle de la partie habitée de la commune - le village - le tourisme a une influence évidente sur la réalité locale. Cette question sera développée plus en détail dans le chapitre 8. Mais d'ores et déjà, cette situation témoigne du potentiel de cette force touristique pour transformer et réorganiser autour d'elle la vie locale.

3.3. Le pic estival déterminant d'une économie saisonnière

Les statistiques produites par l'office de tourisme donnent un aperçu des tendances de la fréquentation des villages de Gavarnie et de Gèdre. La « vague » de tourisme s'illustre dans le pic observé en été, sur les mois de juillet et août principalement.

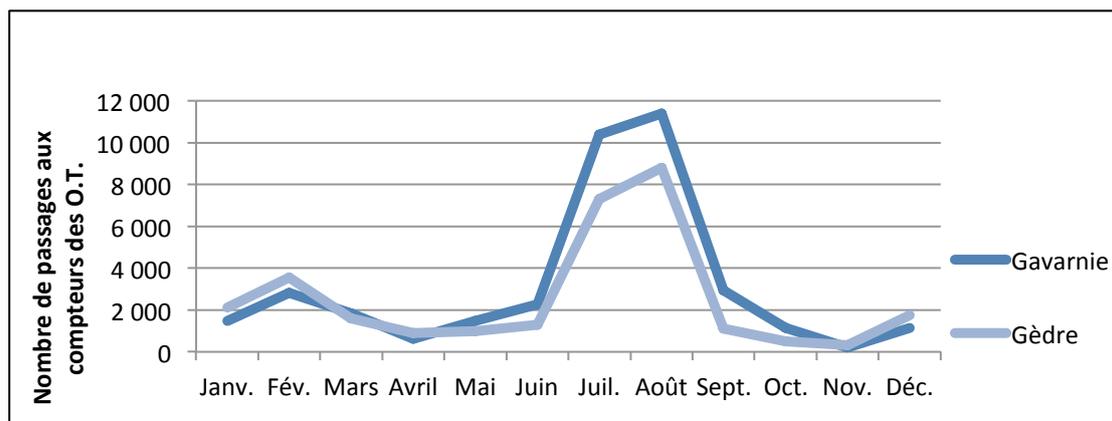


Figure 30. Fréquentation des offices de tourisme de Gavarnie-Gèdre pour l'année 2009. Source : statistiques produites par les offices de tourisme de Gavarnie-Gèdre, 2010.

Notes de lecture du graphique :

Les entrées des deux offices sont équipées de compteurs qui dénombrent les touristes pénétrant dans les deux structures.

→ Deux remarques importantes pour la lecture des courbes :

1) Ces courbes ne comprennent que la fréquentation des offices de tourisme et donnent simplement la tendance de la fréquentation du site (certains touristes n'y passent pas, d'autres y entrent plusieurs fois).

2) L'office de tourisme de Gèdre est en aval de celui de Gavarnie. En hiver donc, lorsque les touristes « montent » à Gavarnie, l'incertitude des conditions climatiques en montagne les incitent à s'arrêter préalablement à Gèdre pour s'informer sur l'enneigement et la circulation. De plus, l'office de Gèdre est un complexe comprenant une exposition et une salle d'escalade, davantage fréquentées en cas d'intempéries l'hiver. Ces différents facteurs expliquent une fréquentation supérieure de la structure de Gèdre sur celle de Gavarnie en hiver.

Si historiquement, la belle saison était préférée par les touristes pour se rendre à Gèdre et à Gavarnie, notamment par les facilités d'accès en dehors des conditions difficiles de l'hiver, la seconde moitié du XX^e siècle voit se développer une saison hivernale de tourisme. Traduite dans les statistiques par une légère hausse de la fréquentation entre janvier et mars, elle reflète une volonté politique locale de compenser une très forte saison estivale contre un vide hivernal. Dans le contexte de la ruée vers l'or blanc qui s'illustre dans la construction de nombreuses stations de sports d'hiver dans les montagnes d'Europe occidentale, Gavarnie s'équipe d'une station de ski alpin en 1968, dans le but de maintenir l'activité économique dans le village durant la saison hivernale (voir carte 10 : station de ski des Espézières). Dans son ouvrage *Tourisme et Montagne* (1995), Bernard Debarbieux montre que ce phénomène est classique. Il démontre en effet un glissement entre, à l'origine, un goût occidental pour les montagnes qui s'ancre dans la contemplation des paysages verdoyants, suivi au XIX^e siècle par la « découverte du charme austère de la très haute montagne glaciaire, et simultanément avec l'esthétique romantique, la beauté inquiétante des paysages tourmentés » (p. 26), qui évolue au XX^e siècle vers une artificialisation des ressources touristiques en montagne, centrée sur la pratique des sports d'hiver :

« Le tourisme en montagne qui fut, pendant longtemps, exclusivement un tourisme de nature dépend aujourd'hui et de plus en plus d'équipements préalables susceptibles d'en faciliter l'exercice. C'est surtout le cas des pratiques hivernales qui sont devenues très dépendantes des remontées mécaniques [...]. Diverses phases du développement touristique ont permis de développer successivement le thermalisme, l'alpinisme, le ski, la randonnée et même un tourisme culturel ». (Op. cit. : 26 & 29)

L'ancien maire de Gavarnie affiche un attachement tout particulier à cette station de Gavarnie-Gèdre, située sur le territoire de la commune de Gavarnie, tout près du village, juste en limite du parc national et du site Unesco. Il explique que son père, Georges Adagas, était à l'origine de ce projet, alors adjoint au maire au moment de la création de la station. Outre son attachement personnel à ce projet, il souligne combien la station est importante pour le dynamisme du village, dont presque la totalité de la population s'est tournée vers le secteur touristique au cours du XX^e siècle. Pour lui, la station est devenue essentielle au maintien des habitants à l'année, en continuant à drainer du tourisme, même laborieusement, en période creuse.

Il met ainsi en lumière le fait que le village et sa population se sont, au cours de leur récente histoire, fortement tournés vers une dynamique et une économie orchestrées autour du tourisme. Il affirme ainsi que pour les habitants de Gavarnie en particulier, la pluriactivité est aujourd'hui au cœur du mode de vie des habitants, qui ont cédé une part de leur activité traditionnelle pour se tourner vers des activités liées au tourisme :

« Alors, c'est comme dans toutes les montagnes du monde, on vit un peu de pluriactivité. C'est-à-dire à chaque saison, avec 2 ou 3 petits boulots, on arrive à vivre.

Tous les éleveurs ont des gîtes. Tout le monde travaille à la station ou dans un commerce, pour arrondir un peu le complément ». (Jean-Jacques A., été 2010 à Gavarnie)

Ce propos nous permet de comprendre combien le tourisme est aujourd'hui devenu important et s'est institutionnalisé comme une activité motrice du dynamisme du village. Dans la partie 4 (chapitre 8), nous analyserons l'approche endogène du tourisme, c'est-à-dire du vécu et les représentations de ce phénomène par les acteurs locaux qui vivent quotidiennement à son contact.

4. La communauté de communes Gavarnie-Gèdre , « la poule aux œufs d'or »

« Gavarnie et Gèdre, c'est comme la poule aux œufs d'or. Gèdre, nous on a les œufs d'or, et Gavarnie a la poule ». (Jean-Marc L., hiver 2010 à Ayrues, Gèdre)

Jean-Marc, un éleveur de Gèdre, illustre par cette métaphore de la « poule aux œufs d'or » les liens qui existent aujourd'hui entre les deux communes de Gavarnie et de Gèdre. Dans le contexte du poids écrasant du tourisme à Gavarnie, se pose en effet la question des dynamiques qui se créent avec la périphérie, non seulement au regard de cette question du développement touristique, mais également dans ses interactions avec les autres activités développées dans la région. Les dynamiques entretenues avec la commune voisine, Gèdre, sont singulières et les deux communes sont très liées. Gavarnie et Gèdre portent ensemble, sur une partie de leurs territoires respectifs, la quasi totalité du périmètre français du site Unesco⁴⁴ et sont incluses dans le périmètre du Parc national de Pyrénées (en zone cœur du Parc dans leur portion sud inhabitée, en haute-montagne, et en zone périphérique pour la partie nord et habitée des communes). Gavarnie-Gèdre forme une communauté de communes qui œuvre sur des questions relatives à la gestion du territoire, des ressources et du tourisme.

Le flux touristique vers le cirque de Gavarnie a transformé le village, comme on vient de le voir. Comment la commune de Gèdre, située à 7 km au nord et en aval de Gavarnie, vit-elle ce flux touristique? Et comment, à l'échelle de la communauté de communes, la question du développement local est-elle appréhendée dans ce contexte?

Face à une fréquentation touristique *a priori* déséquilibrée, quels types de dynamiques s'opèrent entre ces deux entités très proches et dans une aire géographique relativement restreinte?

4.1. Gèdre le point de passage, Gavarnie la destination cul-de-sac

Reprenons un point central : la question de l'accessibilité du site et par extension son rôle dans le développement du tourisme. Cela amène à s'intéresser au positionnement géographique des deux communes et à leur accès. Gavarnie, destination touristique pour des milliers d'excursionnistes, est un village cul-de-sac. La D921, construite à l'initiative de Napoléon III dans les années 1860, n'a jamais atteint le versant espagnol. Elle conduit donc à Gavarnie comme destination finale (voire carte

⁴⁴ Une très petite portion du site se trouve sur la municipalité d'Aragouet.

9). Pour les milliers de touristes qui empruntent cette route depuis plus de 100 ans, Gavarnie est donc la destination, et Gèdre est un point de passage, traversé par la D921.

Le directeur des offices de tourisme de Gavarnie-Gèdre explique avec ironie son observation personnelle de ce phénomène, en décrivant les habitants de Gèdre qui voient sans cesse passer les voitures et les cars qui montent à Gavarnie. Il précise le déséquilibre de fréquentation qui existe encore aujourd'hui entre les deux communes :

« Sur 1 million de touristes qui viennent à Gavarnie par an, Gèdre ce doit être 200000 ». (Lionel M., hiver 2010 à Gavarnie)

Il montre par ces chiffres approximatifs que le village aval, Gèdre, subit d'un côté les effets de ce passage constant, en même temps qu'il profite, d'un autre côté, du rayonnement de Gavarnie et parvient à fixer une partie de l'activité touristique sur son territoire.

En effet, si à Gavarnie les activités du village se sont principalement structurées autour de l'opportunité que représente la vague de visiteurs vers le cirque, à Gèdre, la politique s'est au contraire tournée vers la volonté de retenir le tourisme passager, notamment en offrant des structures de loisirs (entretiens avec le maire actuel et l'ancien maire de Gèdre, à Gèdre, été 2010). Dans les 50 dernières années, le village s'est doté de structures touristiques et de loisir modernes : une piscine, une patinoire, une piste de luge d'été, une via ferrata et un office de tourisme avec une exposition permanente (sur la vie en montagne et les formations locales du relief et du paysage).

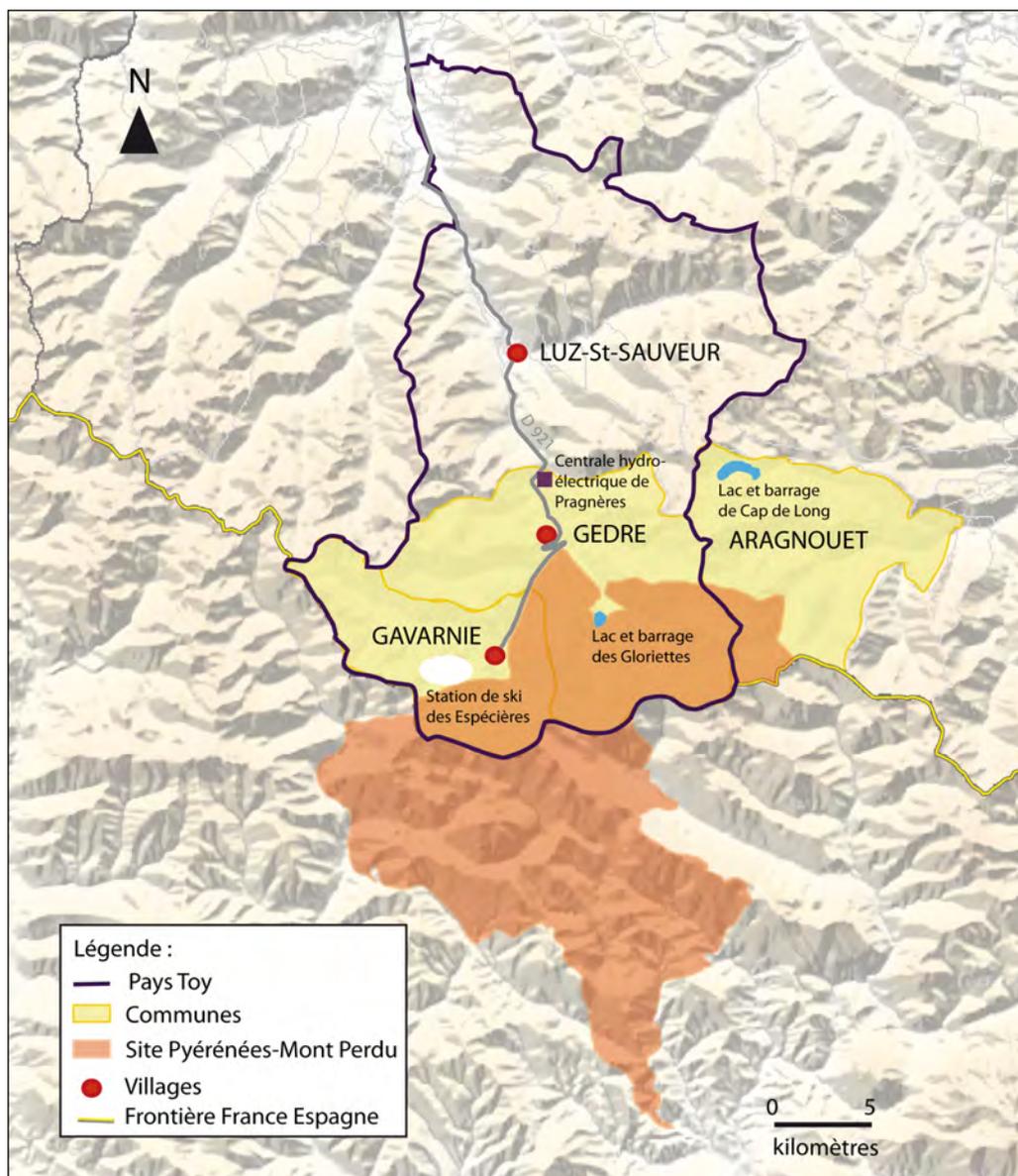
4.2. Les « œufs d'or » : l'hydroélectricité à Gèdre

De tels aménagements touristiques ont été rendus possibles par des financements de la municipalité, qui pourtant ne bénéficie pas de ressources conséquentes issues directement du tourisme. La ressource majeure provient de l'exploitation hydroélectrique du réseau hydrographique sur le territoire de la municipalité. Une centrale électrique EDF est entrée en service en 1953 dans le lieu-dit de Pragnères, commune de Gèdre. Elle est notamment alimentée par deux réservoirs principaux : la retenue de Cap-de-long et le lac des Gloriettes, deux ressources artificielles situées en proche périphérie du site Unesco.

A partir des années 1950, la commune de Gèdre a bénéficié de la taxe professionnelle payée par EDF. Le directeur de l'office de tourisme et le maire de Gèdre m'expliquent qu'aujourd'hui, le poids de l'hydroélectricité dans le budget de la commune de Gèdre est d'environ 60%. Sa station de Pragnères est la plus grosse centrale hydroélectrique des Pyrénées en termes de production. Cette ressource a permis de financer de nombreux aménagements et services dans la commune, dont le développement des structures touristiques citées précédemment. L'ancien maire de Gèdre, en

fonction entre 1971 et 1995, souligne l'importance des ressources liées à la production d'électricité pour la réalisation de nombreux projets qu'il a pu conduire :

« EDF qui a apporté par ailleurs ensuite énormément à la commune, bien entendu. Je n'aurais pas eu des mandats si prolifères s'il n'y avait pas eu les patrons d'EDF ». (M.P., été 2010 à Luz-Saint-Sauveur)



Carte 10. Principaux aménagements hydroélectriques à Gèdre et localisation de la station de ski alpin à Gavarnie.
Source: Revelin (2013), modifiée d'après IGN, Unesco.org.

Un éleveur de Gèdre, qui gère avec son épouse un gîte de groupe aménagé dans une ancienne grange, met en évidence, au regard de son expérience personnelle, les intérêts croisés que trouvent les deux communes dans cette situation à partir de la seconde moitié du XX^e siècle : l'une possède un tourisme massif, l'autre des ressources internes importantes *via* la production d'électricité sur son territoire. L'éleveur décrit comment ce contexte a permis aux deux communes de tirer bénéfice des

richesses propres aux deux entités. Pour cette famille, le rayonnement du tourisme de Gavarnie leur a permis de diversifier leur activité et de développer le concept d'un gîte à la ferme en jouant sur l'opportunité d'un « arrière-pays » plus rural, par opposition au site touristique « encombré ». Cependant, ils sont conscients que ce qui constitue la force d'attraction du tourisme, c'est Gavarnie, même si le discours laisse paraître une pointe de jalousie en rappelant bien que les cirques et la tranquillité de Gèdre sont aussi de grande valeur :

« Les gens ici, ils ne viennent pas pour Gèdre, ils viennent pour Gavarnie. Les gens qui viennent à Gèdre, c'est ceux qui n'ont pas envie de rester à Gavarnie parce que ça pue le cheval. Ils viennent à la base pour Gavarnie, mais ils préfèrent faire leurs vacances sur Gèdre. Parce que Gèdre est plus rural. Mais il ne faut pas se leurrer, on a deux cirques magnifiques sur Gèdre, le cirque de Troumouse et le cirque d'Estaubé, mais les gens viennent pour Gavarnie ». (Jean-Marc L., hiver 2010 à Ayrues, Gèdre)

A travers la métaphore de « la poule aux œufs d'or » évoquée plus haut, cet éleveur pointe finalement du doigt l'intérêt qu'ont les deux communes à coopérer pour combiner les ressources exclusives de l'une et de l'autre et palier un développement inégal du territoire:

« Gavarnie et Gèdre, c'est comme la poule aux œufs d'or. Gèdre, nous on a les œufs d'or, et Gavarnie a la poule. Nous, sans Gavarnie on ne peut pas vivre, par contre on peut toujours avoir de l'or, mais ça nous servirait à quoi ? Il y a toutes ces infrastructures, liées à la taxe professionnelle qu'EDF paye à Gèdre. Piscine, patinoire et tout ça. Par exemple aussi, tout Gèdre est déneigé avec des chasse-neige, c'est la commune qui déneige, et c'est en partie grâce à EDF. Ou par exemple la station de sports d'hiver à Gavarnie qui coûte horriblement cher, c'est Gèdre qui amortit ». (Op.cit.)

A Gavarnie donc, l'économie locale et la vie au village se sont largement structurées autour de l'opportunité d'un tourisme massif attiré par le paysage spectaculaire du cirque glaciaire. L'effort d'extension de la saison touristique sur la période hivernale, par la création de ressources touristiques artificielles pour les sports d'hiver - la station des Espézières (voir carte 10) - entre pleinement dans cette dynamique largement tournée vers le tourisme.

A Gèdre au contraire, le village a longtemps subi le passage des touristes vers Gavarnie sans en tirer concrètement profit. Cependant, l'ampleur des ressources issues de l'économie liée à la production hydroélectrique en particulier a permis de mettre en œuvre des politiques de développement local visant à retenir le tourisme sur Gèdre, à travers la création de structures touristiques de loisir. Mais en considérant Gavarnie comme la « poule », la locomotive du tourisme, Gèdre se positionne également comme un soutien du tourisme à Gavarnie. Elle participe au maintien du tourisme hivernal lié à la station de ski, gérée par la communauté de communes, qui représente un enjeu considérable pour l'équilibre de la vie locale, en particulier face à la tendance de concentration des activités liées au tourisme sur une courte période estivale. En effet, comme nous l'avons déjà

mentionné, l'enjeu de la station est de créer des ressources pour la population locale en hiver, ce que pointe le directeur de l'office de tourisme :

« Elle a été créée pour garder de l'activité à Gavarnie l'hiver, pour garder les familles. C'était fait pour fixer les familles sur le territoire, leur trouver du travail l'hiver. A la base, ça a été fait pour ça. Et comme il y a cette activité estivale très forte, la station de ski, elle était, voilà... ». (Lionel M., hiver 2010 à Gavarnie)

Cependant, cette station est victime d'un manque d'attractivité, lié à plusieurs facteurs décrits par le directeur de l'office de tourisme :

« C'est parce qu'il y a 3, 4, 5 stations dans la même vallée. Parce qu'est c'est un plan qui à la base a été créé comme un stade de neige, qui n'est pas l'activité principale. À la base ce n'était pas une station, c'était un stade de neige. [...] C'est que voilà, il y a la concurrence, on a des mastodontes à côté. Pour les Pyrénées, il y a des grosses stations des Pyrénées. Nous on fait 65 000 skieurs, Tourmalet en fait 625 000, Luz, c'est 200 000. Et le problème c'est que, comme on n'a pas de lits, on vend pas de forfaits semaines. Avec une réputation en plus de station froide et ventée... pas plus que les autres. Et puis on est en bout de chaîne. C'est à dire que quand vous êtes à Luz, leur station est à la même distance, mais c'est plus pratique pour aller à leur station ». (Op.cit.)

Sa faible fréquentation rend la structure largement déficitaire :

« Elle a une perte de je ne sais pas combien de millions d'euros par an. Contrairement aux stations alpines où 90% du chiffre d'affaire c'est l'hiver et 10% c'est l'été, ben là c'est quasiment inversé ». (Op.cit.)

Cette situation nécessite finalement de maintenir l'activité liée à la station de sports d'hiver sous perfusion économique. Notamment grâce aux ressources de Gèdre, la communauté de communes de Gavarnie-Gèdre peut subventionner le déficit de la station en maintenant parallèlement les emplois qu'elle crée localement. En même temps, cette dynamique touristique qui parvient à se maintenir sur Gavarnie en hiver permet de drainer des touristes vers les structures de loisirs de Gèdre. Le directeur de l'office de tourisme explique ainsi que cette coopération bénéficie aux deux entités:

« Par exemple, la patinoire elle va bien marcher les jours où il fait mauvais. On l'a vu l'année dernière, la patinoire a fait x5 là où la station [de ski] a fait - 40...

C'est comme ça. La salle d'escalade marche beaucoup. Le musée ne marche pas du tout ». (Op.cit.)

4.3. Valoriser des ressources touristiques artificielles pour donner une valeur économique aux ressources naturelles

Finalement, la communauté de communes de Gavarnie-Gèdre met à l'œuvre pour son développement local des stratégies largement liées à la question du tourisme. L'opportunité

touristique, qui s'est constituée en demande a d'abord bouleversé Gavarnie. C'est presque la totalité de la population qui est aujourd'hui engagée dans au moins une forme d'activité liée au tourisme (nous le verrons plus en détails en chapitre 8). La réalité locale s'est reconstruite autour de ce bouleversement, qui a transformé en un siècle une population majoritairement pastorale en une population commerçante, prestataire de services touristiques.

« Ben Gavarnie, c'est tourisme et agriculture. Le poids... Ça doit être 98% (tourisme) 2% (agriculture). [...] Je crois qu'ici, à Gavarnie, il y a 5 exploitants déclarés. [...] Et il y a 160 habitants à peu près ». (Lionel M., hiver 2010 à Gavarnie)

En effet, selon les données de l'Insee (publiées 2008), Gavarnie compte 147 habitants permanents, dont seulement 5 exploitations agricoles déclarées à la commission syndicale. Sur ces 5 exploitants, mes enquêtes ont montré que 4 d'entre eux ont une activité liée au tourisme (communications personnelles, hiver et été 2010 à Gavarnie).

A l'origine donc, ce développement de structures touristiques est opportun et intrinsèquement lié à une ressource naturelle : le cirque glaciaire de Gavarnie. En s'investissant de plus en plus pleinement dans ce secteur, la communauté de commune de Gavarnie-Gèdre a progressivement orienté la stratégie du développement local vers l'offre de structures touristiques capables de générer des ressources importantes par le tourisme dans le but de fixer la population dans cette région menacée par la déprise et de garantir un dynamisme local. Ainsi, la valorisation des ressources naturelles de cette zone de haute-montagne aide au développement local à travers une valeur économique assurée par les structures et les services touristiques.

5. Conservation de la nature, protection des paysages et tourisme

5.1. Création du Parc national des Pyrénées en 1967

Dans les années 1960, un axe important s'ajoute aux divers enjeux du développement local et devient primordial : celui de la conservation de la nature. Il est alors incarné par le projet conséquent de créer un Parc national. Le Parc national des Pyrénées voit le jour en 1967, sur une bande linéaire d'environ 100 km adossée à la frontière avec l'Espagne, au centre de la chaîne pyrénéenne. Le périmètre du versant français aujourd'hui classé par l'Unesco recouvre une partie de la zone cœur du parc national. La communauté de communes de Gavarnie-Gèdre possède une partie de son territoire méridional en zone cœur et le reste en zone périphérique (voir carte n°11).



Carte 11. Parc national des Pyrénées : zone cœur et zone d'adhésion.
Source : parcsnationaux.fr

Historiquement, le Parc national des Pyrénées est le troisième parc national institué en France, sur la dizaine existant aujourd'hui. Il comprend une zone cœur en haute montagne relativement restreinte (457 km²) contrastant avec une aire d'adhésion très étendue (2064 km²).

Cette géographie singulière résulte en partie d'un processus de négociation difficile entre les différents usagers de la région. Sophie Bobbé (2009), dans un chapitre intitulé « Il était une fois un parc... », retrace les grands moments de l'histoire de la création du Parc national des Pyrénées. A partir des archives et d'enquêtes ethnologiques, elle aborde le contexte social et économique des projets successifs, qui aboutissent à créer le parc en 1967, dans un climat relativement tendu entre les différents porteurs d'intérêts. Le projet qui voit en fait le jour au début des années 1960 est porté au départ par la municipalité de Cauterets (ville d'une vallée voisine de celle de Gavarnie, à l'ouest). Sophie Bobbé recense avant cela plusieurs initiatives similaires avortées dans la région, en 1919, 1926, 1935 et 1937 notamment – dont un projet en 1926, qui touche plus spécifiquement la zone du cirque de Gavarnie et où il est question de créer un parc national pour assurer la protection du cirque. L'idée majeure du projet des années 1960 est de « lutter contre le fonctionnement quasi colonial d'électricité de France (EDF) qui, en Pyrénées comme dans les Alpes se lance dans de vastes projets de barrages et des captages » (*Ibid* : 96). En particulier dans la zone qui nous intéresse, j'ai évoqué l'ampleur des projets d'aménagement d'EDF à partir des années 1950 à Gèdre, et qui avaient débutés plus tôt, dans un périmètre plus vaste, à l'échelle de la chaîne pyrénéenne - lors de l'entre deux guerres.

D'autre part, cette géographie singulière de l'actuel Parc national des Pyrénées est aussi due à une tendance générale qui touche la mise en place des parcs français en zone de haute montagne. Des situations conflictuelles, notamment autour des usages de ressources, amènent à implanter les parcs sur des territoires relativement restreints et non habités, pour atténuer l'ardeur des tensions locales, comme l'explique Raphaël Larrère :

« Si la pression est particulièrement forte en Savoie, tous les parcs qui seront créés par la suite en haute montagne devront composer avec les espoirs d'exploitation du domaine skiable que cet effort national a fait naître auprès de toutes les collectivités locales (Merveilleux du Vignaux, 2003). C'est donc dans ce contexte conflictuel qu'une administration jeune, sans expérience et sans grands moyens financiers est chargée d'appliquer une loi qui, par bien des aspects, est en avance sur son temps⁴⁵. Rien d'étonnant alors que l'on ait été contraint de situer les zones centrales là où elles dérangeaient le moins de monde, et de les concevoir de telle sorte que les conflits y soient maîtrisables ». (Larrère, 2009 : 29)

Implanter un parc national en haute montagne implique donc, au moment de ce projet, de considérer les autres visions du développement, reposant sur des usages qui entrent en compétition

⁴⁵ Larrère fait ici référence à la loi du 22 juillet 1960, relative à la création des parcs nationaux sur le territoire français, qui stipule entre autre que la zone centrale (aujourd'hui appelée « zone cœur ») constitue une réserve intégrale pour la protection des espèces et des paysages naturels, et une zone périphérique (aujourd'hui nommée « aire d'adhésion ») qui doit accueillir des activités économiques et des aménagements touristiques exemplaires.

pour des ressources communes. C'est en particulier le cas à cette période pour les enjeux qui touchent au développement des aménagements liés au tourisme.

5.2. De l'exclusion des aménagements touristiques lourds à une approche inclusive du tourisme

Comme Raphaël Larrère le souligne (*ibid.*), les négociations pour délimiter le tracé des zones cœur des parcs nationaux français se structurent largement à l'époque autour de la question d'implanter des stations de sports d'hiver: « les parcs qui seront créés par la suite en haute montagne devront composer avec les espoirs d'exploitation du domaine skiable » (extrait de la citation précédente, *op.cit.*). Cette tendance est d'autant plus marquée après l'affaire dite « de la Vanoise » dans les Alpes, où les autorités locales comptaient continuer à développer des infrastructures de domaine skiable dans les zones qui en présentaient le potentiel même après leur inscription dans le périmètre du parc national. Face à ces revendications, les défenseurs du parc finissent par obtenir gain de cause quant au tracé du parc et font prendre conscience à leurs opposants qu'il ne sera désormais plus possible de grignoter les zones centrales au gré des opportunités économiques (Larrère, 2009). Cette configuration aboutit finalement à une situation où les collectivités locales et les conseils généraux prennent à cœur d'exclure de la zone centrale des futurs parcs montagnards tous les terrains susceptibles d'une mise en valeur pour le ski alpin. Exigence qui est considérée au moment de délimiter la zone centrale du parc des Pyrénées (*ibid.*).

A la création de ce parc donc, il s'établit un rapport exclusif entre conservation de la nature et tourisme : on délimite les zones consacrées à la conservation (zone cœur du parc) en excluant les zones présentant un potentiel pour des activités et des aménagements touristiques susceptibles d'exercer une pression sur les ressources naturelles. Dans cette logique, la possibilité de développer de nouveaux aménagements est anticipée et influence le dessin (et le dessein) des frontières du parc, pour soustraire les zones qui présentent un potentiel évident de développement économique aux réglementations contraignantes du parc.

De cela, on retient que le Parc des Pyrénées est dès sa création profondément marqué par la problématique du tourisme, et ce, bien au-delà de la seule question de discriminer des zones dédiées à la conservation de la nature d'un côté et des zones vouées à implanter des stations de sports d'hiver de l'autre – question néanmoins très présente à cette période de la ruée vers l'or blanc des Trente Glorieuses. L'histoire locale du tourisme, brossée en chapitre 3 et plus tôt dans ce chapitre, joue aussi un rôle majeur dans le projet de parc. Notamment parce que dans la zone concernée par l'application de ce nouveau statut de protection (y compris en zone cœur), le tourisme existe déjà depuis longtemps et certains sites sont même fortement fréquentés, comme c'est le cas du cirque de

Gavarnie. Le témoignage de l'agent du parc national en charge de ce secteur en 2010 est très éclairant de ce point de vue : il explique combien, encore aujourd'hui, la fréquentation liée au cirque de Gavarnie est importante et difficile à prendre en charge pour le parc national :

« Là c'est paradoxal, parce qu'on est dans une vallée très fréquentée, à cause de Gavarnie. Par rapport aux autres vallées et même aux autres Parcs nationaux. Il n'y a guère que Port-Cros qui soutienne un peu la comparaison au niveau de la fréquentation. Mais ici, on a un million de personnes à peu près. Et sur tout le parc deux millions. Et c'est surtout Luz-Gavarnie donc qui fait le chiffre. Mais c'est du monde, un peu comme quand on tire une chasse d'eau. C'est l'été, et après il n'y en a plus. Vous devez le voir. Même s'il y a toujours un peu de monde. Toujours, toujours, même quand il fait mauvais, là au fond du cirque ». (G. U., hiver 2010 à Luz).

Le « paradoxe » auquel il fait allusion est celui de vouloir à la fois protéger un lieu naturel remarquable et de faire face à une telle fréquentation touristique - attirée par cette même dimension remarquable - qu'il devient difficile de la gérer.

Face à cette fréquentation, conservation de la nature et tourisme doivent finalement se penser ensemble dans la gestion du parc. Elle se développe *de facto* à travers une approche inclusive du tourisme : le phénomène touristique est totalement intégré tant dans la sphère politique que dans les pratiques de gestion mises en œuvres par le parc. Pour cela, une mission pédagogique est pleinement incorporée au travail des agents de terrain, parmi leur trois missions :

- le suivi des populations : suivi écologique de la biodiversité par des inventaires longitudinaux de la faune et flore du parc,
- la surveillance : présence sur le terrain et veille au bon respect des règles du parc, en particulier en matière de chasse, de présence des chiens, de bivouac ou de feu dans des zones non autorisées,
- la mission éducative : rencontre du public sur le terrain dans les point-rencontres pour sensibiliser les touristes au patrimoine naturel du parc, organisation de sorties de terrains avec des groupes de touristes, animation de projections documentaires sur le parc national, avec des groupes scolaires en particulier.



Photo 14. Sortie pédagogique accompagnée par un agent du parc national sur le thème de la faune sauvage dans la vallée d'Ossoue. Photo : F. Revelin.



Photo 15. Panneau d'information sur la réglementation en vigueur dans l'enceinte du parc national, à destination du public, dans le cirque d'Estaubé. Photo : F. Revelin.

Les deux dernières missions (pédagogie et surveillance) ont une portée particulièrement orientée vers l'accueil du public dans le parc et sa gestion. Il s'agit à la fois d'agir au niveau de la prévention et de la sensibilisation des visiteurs, et au niveau de la répression en cas de manquement aux règles du parc. Chacune de ces trois missions est confiée à l'ensemble des agents du parc chargés de les mettre en œuvre sur le terrain, dans l'enceinte du secteur auquel ils sont rattachés. Suivant les compétences de chaque agent, l'investissement dans chacune de ces missions peut varier. Ainsi, Philippe me donne l'estimation suivante de la division de son temps vis-à-vis des trois missions : 60 % de son travail est consacré au suivi des espèces - dans son cas, il s'agit plus particulièrement du suivi des loutres, dont il est le spécialiste - 35% à la pédagogie et l'éducation à l'environnement à travers l'animation de sorties de terrains, de points rencontre et de projections, et 5 % à la surveillance. Cette dernière mission est considérée comme plus latente, c'est-à-dire qu'elle est réalisée par les agents pendant leur présence sur le terrain consacrée aux deux autres missions. La faible part de surveillance reflète également une politique plus générale du parc qui se veut davantage tournée vers la pédagogie et la prévention auprès du public, en assurant une présence sur le terrain.

Malgré cet effort d'encadrement de l'activité touristique et de sensibilisation à un environnement naturel fragile, dans les zones les plus fréquentées du parc, en particulier celle de Gavarnie étudiée ici, la mission éducative menée par les agents peine à embrasser l'ampleur de la fréquentation, comme l'explique clairement le responsable de ce secteur :

« Dans le volet éducatif animation, le tourisme est quelque chose d'important. Il y a les scolaires, mais il y a aussi des touristes. Mais pour être honnête, c'est une vague qu'on a du mal à accueillir, et souvent, certains jours, on fait le dos rond, et on attend que la vague nous passe dessus.

[...]

« Ah oui. On ne peut pas. Huit bonhommes, pour peu que vous en ayez deux ou trois en repos un jour, on est quatre ou cinq répartis sur le territoire du parc qui va, entre le Néonvielle et le Vignemale, c'est quand même assez distant, et on a que deux jambes quoi. On va dans des endroits, on fait du travail ponctuel. Mais on montre qu'on est là quoi. Voilà ce que nous faisons au niveau du tourisme ». (G.U., hiver 2010 à Luz)

L'accès au parc étant gratuit et considéré comme un droit fondamental de tout à chacun, il est difficile de limiter la fréquentation des zones à forte attractivité. Face à cela, l'agent nous explique ici que malgré la conscience des limites en termes de gestion de ce flux, les agents restent parfois impuissants vis-à-vis de cette forte fréquentation concentrée sur une zone (le cirque de Gavarnie) et une période de l'année (l'été).

Ainsi, que les activités de tourisme, par les pressions exercées sur le milieu (notamment via les infrastructures), soient appréhendées par les autorités du parc sur la base d'un rapport exclusif et doivent rester confinées à l'extérieur des frontières des aires protégées, ou au contraire, qu'elles soient fortement liées à la protection des milieux et des paysages naturels comme destination d'un tourisme de nature, la question du tourisme imprègne dans les deux cas les négociations qui structurent l'existence et le rôle du parc national.

Le lien entre tourisme et parc national n'est pas uniforme en substance, mais au contraire multiforme. La nature de ces liens variés est en fait relative au type de tourisme développé, et surtout, par extension, au poids spécifique des aménagements de tourisme qui varient selon les activités pratiquées en montagne :

« Comparés aux remontées mécaniques, les autres équipements de montagne peuvent paraître modestes. En effet, aucune activité sportive n'a nécessité autant d'investissements que le ski. La pratique de l'alpinisme, bien qu'elle ait parfois recours à des téléphériques existants, ne nécessite que des refuges (350 environ en France), quelques itinéraires d'accès et un équipement de sécurité des voies. La randonnée, l'escalade, la spéléologie, les sports aériens, les sports d'eaux vives se contentent souvent d'utiliser des équipements rendus nécessaires pour d'autres usages que a montagne (sentiers de bergers, routes et chemins ruraux, remontées mécaniques). Les aménagements spécifiques à ces activités sont rares ». (Debarbieux, 1995 : 51)

5.3. Un rapport historique entre tourisme et protection des paysages

La problématique du tourisme est donc intégrée à la réflexion qui donne corps au projet de parc. Les enjeux de la conservation de la nature et ceux du développement touristique sont fortement imbriqués dans cette zone qui connaît déjà une fréquentation touristique très forte et continue à entreprendre d'en retenir les bénéfiques, en créant de nouvelles infrastructures et activités touristiques.

Cependant, il faut garder à l'esprit la dimension longitudinale de ce phénomène. Cette imbrication prend en fait racine bien avant l'ébauche des projets de parcs qui se concrétisent dans les années 1960 en France. Il existe, dès la création des premiers clubs touristiques, un lien étroit entre tourisme et volonté de préserver des sites, comme on l'a vu dans le chapitre précédent. Adel Selmi (2009) affirme ainsi que dès le début du XX^e siècle des associations de tourisme et des sociétés savantes, associées à l'administration des eaux et forêts, ont cherché à promouvoir l'idée de parc national, mais que cette idée bourgeonnait déjà depuis la naissance d'une sensibilité à la préservation des paysages au cours des siècles précédents, et en particulier à partir du XVIII^e siècle.

En France, la forêt de Fontainebleau est considérée comme le berceau de ce mouvement, où naît simultanément avec la peinture, l'idée du paysage et très vite la volonté de le préserver (Larrère,

2009). Les paysages de montagne et les littoraux sublimés par les premiers voyageurs constituant l'accroche de telles aspirations (Corbin, 1988 ; Selmi, 2009, Luginbuhl, 2012 – voir aussi le chapitre 3). Le glissement entre sensibilité aux paysages et mise en œuvre de leur protection se produit ensuite, dans les deux dernières décennies du XIX^e siècle, dans le contexte d'un mouvement en faveur de la préservation des monuments historiques, qui « s'élargit à la protection de ces monuments de la nature que sont les paysages exceptionnels » (Selmi, 2009 : 43). En s'émouvant pour la découverte de sites pittoresques et sublimes, les élites bourgeoises donnent naissance à cette période aux premières lois pour la protection des paysages, visant ainsi à « soustraire le paysage de l'appropriation individuelle ou à l'extraire d'un processus de transformation par l'urbanisation, l'industrialisation ou les infrastructures » (Luginbühl, 2012) :

« La grande majorité des pays européens possèdent une législation propre à la protection des sites remarquables : celle-ci a fait l'objet de législations nationales depuis la fin du XIX^e siècle, comme le révèle le premier congrès international sur la protection des paysages, qui eut lieu à Paris en 1910 ». (Op.cit. : 10)

Raphaël Larrère (2009) souligne que c'est à travers les clubs touristiques (Club alpin français - CAF, Touring club de France - TCF) que sont donnés les premiers élans des politiques de conservation du patrimoine :

« Depuis la création des séries artistiques en forêt domaniale de Fontainebleau, sous le second Empire, des intellectuels et des hommes politiques s'étaient mobilisés au sein du Touring club de France ou du Club Alpin français, pour préserver les paysages. Alors que les esthètes se mobilisaient pour la protection des sites et des monuments naturels, les naturalistes se mobilisaient pour la conservation des espèces et la création de réserves naturelles ». (Larrère, 2009 :25)

Le Touring Club de France apporte ainsi une aide décisive à l'adoption de la Loi de 1906 pour la protection des paysages (Luginbühl, *ibid.*). Adel Selmi précise que pour mobiliser leurs adhérents, l'Etat et l'opinion publique en faveur de la protection des sites et de leur mise en valeur touristique, le TCF et le CAF utilisent des arguments d'ordre esthétique, économique et patriotique : « certains paysages sont aussi dignes d'être protégés que les monuments et les œuvres d'art » (Selmi, 2009 : 46).

5.4. Le parc comme attraction touristique

Pour le parc des Pyrénées, l'ampleur de la question du tourisme dépasse ses frontières. Mais qu'en est-il du tourisme qui a spécifiquement lieu dans l'enceinte de cette aire protégée ?

La montagne et ses paysages attirent les touristes et le parc national joue dans ce contexte le rôle d'un label garantissant la qualité d'un site préservé, qui peut à ce titre être lui-même considéré comme « un outil d'aménagement touristique » (Debarbieux, 1995) :

« Bien qu'ils soient aujourd'hui considérés comme des instruments de protection de l'environnement et des paysages, les parcs naturels n'ont jamais pu ignorer l'intérêt qu'ils éveillent – et qu'ils ont eux-mêmes contribué à éveiller chez les touristes. A ce titre, ils représentent, au même titre que les stations et les équipements, des outils d'aménagement touristique de la montagne ». (Op.cit. : 52)

Le parc en soi peut donc être pensé comme un espace offrant aux touristes la possibilité de jouir d'une nature préservée et d'accéder à des paysages naturels non aménagés par l'homme. C'est selon cette perspective qu'il organise son accès par les touristes et maintient des aménagements pour garantir cet accès

Aujourd'hui, sur le périmètre du Parc compris dans les deux communes de Gavarnie et Gèdre, les infrastructures touristiques existantes comprennent des refuges de montagne (deux refuges gardés et un non gardé), des sentiers aménagés et des panneaux d'indication. Sur la commune de Gavarnie, seule l'hôtellerie du cirque (cf photo n° 12), constitue une infrastructure de tourisme majeure, mais dont la construction est antérieure à la création du parc. A Gèdre, une partie de la route vers le cirque de Troumouse de même que le parking pour accéder au cirque sont inclus dans la zone protégée.

Les infrastructures plus massives bordent la frontière de la zone cœur du parc national. C'est le cas de la station de ski des Espézières, dans la commune de Gavarnie. Les hôtels, restaurants et autres services sont implantés principalement dans les villages, compris dans la zone périphérique du Parc. Mais cet espace fragmenté fonctionne finalement comme un ensemble. Le parc attire des touristes pour ses paysages et ses conditions de pleine nature, et les infrastructures qui le bordent garantissent accès et confort aux touristes. Ces activités qui se développent aux abords des parcs sont un moyen pour les populations, nous le verrons, de drainer le tourisme vers des structures lucratives et d'en fixer une partie des bénéfices économiques.

5.5. Un projet venu d'ailleurs ?

En adoptant une perspective plus large, on remarque que la dialectique entre tourisme et conservation de la nature suscite des questions qui ont trait au développement local au sens large, articulant un vaste panel d'intérêts, de pratiques et de politiques.

Dans les Pyrénées, les tensions qui émergent en lien à ce projet de parc national polarisent en fait les visions variées du développement local, qui opposent des enjeux liés au développement touristique,

à la conservation de la nature, aux aménagements hydroélectriques, à l'agro-pastoralisme - en pleine transformation, aux activités cynégétiques et aux infrastructures routières (Bobbé, 2009). A sa création, le parc tend donc à cristalliser les différentes visions du développement, et incarne finalement aux yeux de la population locale un projet venu d'ailleurs qui impose de nouvelles contraintes dans les usages du territoire et de ses ressources.

Cela se lit en particulier dans les tensions qui opposent les intérêts de la conservation de la nature et ceux du pastoralisme. Bernadette Lizet (2009) explique que cette opposition trouve ses appuis dans les deux camps : si les éleveurs vivent ce projet comme l'imposition de contraintes à leur activité déjà déclinante, les défenseurs du parc dénoncent les impacts du pastoralisme sur les paysages naturels et la faune sauvage, et on tient longtemps la communauté d'éleveurs à distance de la sphère de décision et de gestion des activités dans le parc :

« Dans les Pyrénées, terre pastorale au sens agronomique du terme, on tient la culture d'éleveur à distance, en dépit de l'existence d'un service spécialisé depuis 1980, d'ailleurs confié à un sociologue. La présence des troupeaux en zone centrale constitue dès l'origine une pomme de discorde entre le conseil d'administration et le conseil scientifique. Pour celui-ci, les animaux domestiques favorisent l'érosion, ils sont en compétition alimentaire avec la faune sauvage, et ils représentent pour elle un risque sanitaire... A peine commence-t-on à reconnaître aujourd'hui les effets positifs du pâturage pour maintenir l'ouverture des milieux ». (Lizet, 2009 : 19)

Outre le déroulement historique des faits, je me suis intéressée à travers mes enquêtes de terrain aux regards actuels portés sur cette histoire. La création du parc a bientôt une cinquantaine d'années et la population a donc une expérience de ce projet qui s'inscrit dans le temps. Aujourd'hui, les informateurs que j'ai pu rencontrer localement vivent avec le parc et l'ont intégré comme un élément de leur vie locale. Depuis sa création en effet, le parc a une emprise importante sur la zone de mes enquêtes : bien qu'implanté dans les aires non habitées pour sa zone cœur, cette partie centrale du parc avoisine les deux villages de Gavarnie et de Gèdre, eux-mêmes compris dans la zone périphérique du parc. Cependant, située en haute altitude (au-delà de 1000 m. pour l'ensemble du territoire), la zone cœur du parc correspond principalement aux pâturages d'estive. Se rencontrent donc dans cette zone les enjeux croisés des deux parties : le parc place sous la coupe de ses réglementations des territoires par ailleurs utilisés par les éleveurs comme des estives.

Dans les témoignages que j'ai recueillis auprès des éleveurs et de la population locale, il ressort que ce projet est souvent évoqué comme une démarche allochtone et top-down. Les points de vue sont bien sûr hétérogènes et les généraliser serait faire abstraction d'une diversité de visions bien plus complexes en réalité, colorés par des vécus variés. Mais en interrogeant les habitants des deux communes, on saisit rapidement une situation difficile, surtout au moment de la réalisation du

projet. Un souvenir encore chaud, qui marque les esprits et les visions actuelles du parc, bien qu'une relation plus apaisée se soit construite depuis.

A Gavarnie par exemple, un ancien garde du parc aujourd'hui retraité, ayant habité le village toute sa vie, m'explique lors d'une discussion informelle que cette époque de la création du Parc était particulièrement sensible. Il me raconte avoir été employé comme agent du parc une vingtaine d'années, à l'époque où le recrutement se faisait localement. Mais lorsque je commence à l'interroger sur son travail dans le parc en tant qu'agent, il se ferme progressivement m'expliquant qu'il ne préfère pas aborder plus en détails un sujet conflictuel :

« Je veux bien vous parler d'autre chose, mais pas du parc. » (Communications personnelles, A., hiver 2010 à Gavarnie)

Aujourd'hui, le recrutement des agents passe par un concours national, alors que le recrutement local avait longtemps été une stratégie pour apaiser les tensions entre les défenseurs du parc et la population, comme me l'explique Philippe, un garde-moniteur en fonction sur le secteur de Cauterets :

« Le Parc arrive chez des gens qui sont déjà là et il fixe de nouvelles règles. C'est important que ce soient des locaux, qui parlent le patois et connaissent bien la région qui travaillent comme gestionnaires du parc, gardes... Au début c'était le cas, mais depuis dix ans c'est par concours national. [...] En plus il y a une forte âme locale des gens. Par exemple à Gavarnie, avec des gens qui ont vécu pendant longtemps en quasi autarcie, les gens du village en sont les descendants, donc il y a encore un fort ancrage. C'est pas pareil lorsque ce sont des gens d'ailleurs qui viennent s'installer, il n'ont pas de conflits avec le parc ». (Philippe, hiver 2010 à Cauterets)

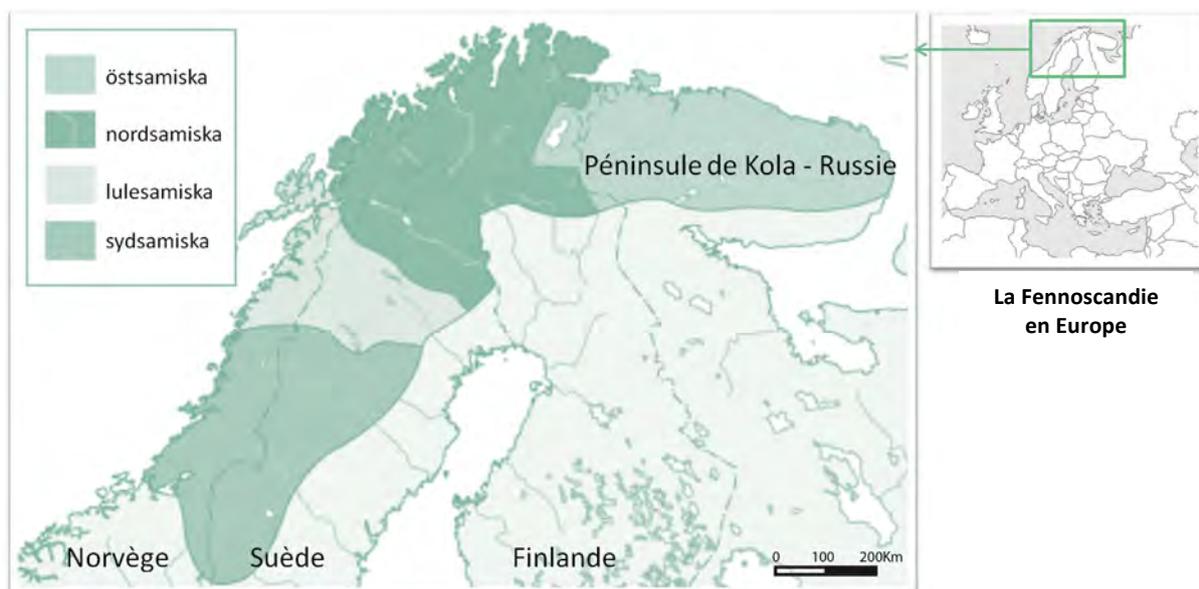
Malgré l'image d'un pourvoyeur d'emploi pour les villages en déprise, l'opposition reste virulente de la part des éleveurs. Elle se cristallise dans un point sensible hautement symbolique: la réintroduction d'ours dans les Pyrénées, vécu par les éleveurs comme une atteinte directe à leur activité. Il est intéressant de retenir que les pratiques de conservation de la nature sont vécues par les éleveurs à travers une dimension contraignante. Ils ont le sentiment que leur point de vue est peu pris en compte, voire ignoré dans les décisions concernant l'avenir de la région, et qui s'orientent davantage vers la conservation de la nature, que vers celle de l'élevage et du mode de vie montagnard lié à l'agro-pastoralisme.

*

* *

Conclusion

A travers la création du parc, se tracent dans le territoire des frontières qui incarnent des ruptures entre différents modèles de développement. Elles discriminent d'un côté des aires dédiées à la conservation de la nature, et de l'autre, des aires où les ressources naturelles peuvent être exploitées selon divers usages (hydroélectricité, infrastructures, activités cynégétiques, tourisme). Mais dans le même temps, ces ensembles sont profondément interconnectés. D'abord par leur histoire, parce que les territoires n'ont pas toujours été marqués par les frontières qui se dessinent à la création du parc et continuent à être influencés par certains héritages issus d'autres types d'usages des ressources et d'autres visions du développement. Le pastoralisme garde ainsi une emprise sur l'ensemble de la région parce qu'il a longtemps été l'activité majeure et que son organisation foncière traditionnelle perdure, les éleveurs utilisant des pâturages compris aussi bien en zone cœur du parc qu'en dehors. L'interconnexion se lit aussi dans les politiques locales de développement, qui s'appuient sur l'ensemble des ressources locales, dans toute leur diversité. Ainsi par exemple, les politiques en faveur du développement économique lié au tourisme promeuvent toute la diversité locale, articulant ces divers enjeux, notamment en utilisant certaines ressources, dans ce cas par exemple les paysages remarquables inclus dans le périmètre du parc national, pour promouvoir plus largement la région, et en particulier les zones extérieures au parc. Par ailleurs, les touristes traversent indifféremment les zones inscrites dans le parc et soumises à une réglementation particulière et celles extérieures au parc. Ce qui change finalement ce sont les pratiques touristiques et les aménagements auxquels ils ont accès selon la zone où se trouvent les touristes. Ainsi, les infrastructures touristiques fleurissent dans les zones situées directement en bordure de la frontière du parc: elles bénéficient d'une situation idéale pour combiner l'attrait pour le parc et les pratiques touristiques associées et offrir en complément le confort et les loisirs prohibés dans l'enceinte de l'aire protégée. On y rencontre notamment des touristes aux pratiques ludiques et sportives qui nécessitent des équipements spécifiques (ski, canyoning, via ferrata, *ect.*), et des promeneurs. Dans ces zones équipées d'accès routiers, les touristes peuvent se déplacer avec leur propre véhicule motorisé. Dans le parc au contraire, sont privilégiées les pratiques d'immersion dans la nature et d'observation de la faune et flore et des paysages, valorisant la randonnée pédestre (ou à ski en hiver) et les activités d'alpinisme avec des équipements autonomes. Seuls les refuges et les sentiers constituent les aménagements lourds du territoire protégé pour ce type de tourisme)



Carte 12. Région de Sápmi en Fennoscandie et répartition des quatre principaux groupes ethnolinguistiques samis.
Source : norden.org

Chapitre 5

Tourisme, conservation de la nature et extraction en terres samies

1. Les Samis éleveurs de rennes

1.1. Sápmi : terres ancestrales du peuple autochtone sami

La Laponie désigne dans le sens commun la vaste région au nord de la Fennoscandie, s'étendant sur quatre pays : la Norvège, la Suède, la Finlande et la péninsule de Kola en Russie (voir carte 12 ci-contre). Le peuple autochtone sami occupe traditionnellement ces terres depuis plusieurs millénaires, terres qu'ils ont progressivement colonisées après la dernière glaciation (environ 10 000 ans avant Jésus Christ) (Paine, 1982). Si leur origine et la période exacte de leur arrivée dans la péninsule de Fennoscandie a longtemps fait débat (Manker, 1954 ; Mériot, 1980), des traces archéologiques de leur présence dans la région remontent à 5 000 ans avant J.C. (Mériot, 1980). Bien que la précision des dates fasse toujours l'objet de réserves, leur présence reconnue comme millénaire alimente un attachement profond des Samis à cette région qu'ils nomment *Sápmi* et qu'ils considèrent comme « leur terre » : « Mija Ednam » en sami (Teilus & Lindahl, 2000).

Plusieurs variantes de la langue samie, plus ou moins compréhensibles entre elles, sont parlées au sein de l'ensemble de la communauté samie. L'aire géographique de Sápmi est divisée en quatre grandes sous-régions ethnolinguistiques, qui ne suivent pas les frontières internationales des quatre pays de la Fennoscandie, mais au contraire celles plus informelles des quatre grands groupes parlant des dialectes distincts, tous apparentés à une même origine finno-ougrienne (voir carte n° 12). Ces dialectes majeurs sont le sami de l'est (« *Östsamiska* »), le sami du nord (« *Nordsamiska* »), le sami de Lule (« *Lulesamiska* ») et le sami du sud (« *Sydsamiska* »). Située dans la partie suédoise de Sápmi, mon aire d'étude se trouve plus précisément sur la zone de contact entre les groupes parlant le sami de Lule et le sami du nord.

Les critères utilisés pour définir qui est considéré comme Sami ne sont pas évidents et ne font pas pleinement consensus (Dahlström, 2003). Selon l'acception suédoise, la langue constitue un déterminant majeur : parler ou avoir parlé sami dans la cellule familiale est un critère d'appartenance ethnique. Le sentiment d'« être sami » est le second critère (Pettersson & Viken, 2007). Malgré les divergences de définitions qui rendent difficile le recensement de la population samie, on estime aujourd'hui qu'elle compte environ 80 000 personnes au total sur l'ensemble du

Sápmi, répartis inégalement entre les quatre pays : 50 000 en Norvège, 20 000 en Suède, 8 000 en Finlande et 2 000 en Russie (Sametinget, 2012).

1.2. L'élevage des rennes au cœur de la culture samie

1.2.1. Un mode de vie pastoral fait d'adaptation

Nomades ou semi nomades, les Samis vivent jusqu'au Moyen-âge de pêche, de chasse et de cueillette, et domestiquent quelques rennes pour le trait, la traite ou pour servir d'appâts à la chasse des rennes sauvages (Hultblad, 1968 ; Delaporte & Roué, 1986). Le XVII^e siècle marque un tournant majeur dans leurs modes de vie, période à laquelle les Samis commencent à domestiquer les rennes et à organiser l'élevage semi-nomade des troupeaux. Les rennes (*Ragnifer tarandus tarandus L.*) déjà très importants culturellement pour ce peuple occupent dès lors une place essentielle dans la culture samie, comme le souligne Paine (1982 : 10) :

« While Sami reindeer management is historically recent (300-400 years), the link between Sami culture and reindeer is ancient. The reindeer was one of the first animals to inhabit the land after the retreat of the ice 10 or 9 000 years ago, and when the Saami came in to Fennoscandia they exploited reindeer. This animal was from the first an important source of food and clothing; the reindeer was also important in the cosmology of the Sami ». (Op.cit.)

Le renne peuple les régions subarctiques parce qu'il est capable de survivre dans des conditions environnementales très difficiles (climat froid) et pauvres en ressources. Dans cet environnement hostile pour l'homme, il constitue une ressource alimentaire essentielle. La dureté du climat, ajoutée à l'accès difficile de cette région nordique enneigée environ six mois par an ont longtemps isolé la population samie des populations du sud de la Fennoscandie. Ces conditions ont nécessité une adaptation particulière des Samis à leur environnement pour assurer leur survie. Leurs savoirs et savoir-faire basés sur l'utilisation de toute la diversité des ressources naturelles, selon les saisons et les différents écosystèmes (montagnes, forêts boréales, zones humides) (Delaporte & Roué, 1986 ; Roturier & Roué, 2009), sont essentiels et se structurent dans la combinaison de diverses activités (la pêche, la chasse, la cueillette, l'artisanat et l'élevage des rennes) qui constituent encore aujourd'hui la base de leur économie de subsistance et de leur mode de vie traditionnel.

Si la diversité des activités est fondamentale, l'élevage de rennes tient une place centrale culturellement (Beach, 1981). Aujourd'hui, cette activité est seulement pratiquée par une part minoritaire de la population samie ; en Suède, seulement 10 à 15% des Samis sont impliqués dans une activité d'élevage (Dahlström, 2003 : 32). Cependant, l'élevage joue un rôle essentiel dans le maintien de la culture traditionnelle et est un symbole de sa survie.

1.2.2. La colonisation des terres samies à partir du XVI^e siècle

Dans les récentes années, c'est-à-dire au cours du XX^e siècle, les Samis ont largement intégré le mode de vie scandinave. Certains ont notamment quitté leurs activités traditionnelles pour vivre dans les zones urbanisées plus au sud. La Laponie est aujourd'hui un territoire commun pour les Samis et les non-Samis. Nous verrons dans ce chapitre que l'hybridation de la population et la diversification des activités sont caractéristiques de la période plus récente, même si les premiers signes de colonisation de cette région reculée remontent au Moyen-âge.

Dans le cas spécifique de la Suède en effet, la Couronne suédoise a commencé à s'intéresser aux vastes territoires du nord dès le XIII^e siècle, principalement pour l'établissement de taxes (Dalhström, 2003). Le XVI^e siècle représente un tournant pour l'histoire de la Laponie : d'une part, l'afflux d'immigrants, l'introduction des armes à feu et le commerce de fourrures entraînent une raréfaction du renne sauvage, et d'autre part, la christianisation violente à cette époque enclenche un processus de colonisation du nord (Delaporte & Roué, 1986), processus qui s'intensifiera deux siècles plus tard lorsque les pouvoirs centraux des pays nordiques commenceront à s'intéresser aux richesses des ressources naturelles du nord (je développerai ce propos plus loin dans ce chapitre).

Aujourd'hui considérés comme des minorités ethniques dans les pays scandinaves⁴⁶, les Samis se sentent dépossédés de leurs terres et de leurs droits en raison de leur histoire. Ils gardent un attachement profond au maintien de leur culture et *de facto* au maintien de l'élevage, qui se manifeste notamment par un engagement politique marqué d'une partie de la communauté pour défendre les droits autochtones et la reconnaissance de leur culture. Les Samis disposent aujourd'hui de leurs propres parlements, leur permettant de représenter leurs voix auprès des pouvoirs centraux de leurs états : le premier parlement Sami est créé en Finlande en 1973, puis la Norvège établit le sien en 1989 et enfin la Suède en 1993. Ils siègent également dans des instances internationales, telles que le Conseil Arctique par exemple, afin de défendre activement les droits autochtones et de porter leur parole dans des arènes élargies.

1.3. Pastoralisme sami en Suède

Sur les 20 000 Samis vivant en Suède, seulement 4 600 sont propriétaires de rennes (Sametinget, 2012). 85% d'entre eux vivent dans la région du Norrbotten, région septentrionale du pays, dans laquelle se situe le site Laponia et mes terrains d'enquête ; les 15% restants sont répartis entre les

⁴⁶ L'Etat suédois reconnaît officiellement les Samis comme une minorité de la Suède, de même que les Finno-suédois (*Sverigefinnar*), les Tornedaliens (*Tornedalingar*), les Roms et les Juifs (prop. 1998/99 : 143 : 32f). La Suède n'a en revanche pas ratifiée la convention ILO 169 qui reconnaît les droits des peuples autochtones.

deux régions juste au sud, le Västerbotten et le Jämtland. On ne compte que 2 500 Samis vivant de l'élevage de rennes comme activité majeure parmi ces 4600 propriétaires. La taille totale de leurs troupeaux est estimée entre 225 000 et 280 000 têtes (*Ibid.*). Dans ce pays, contrairement à la Finlande par exemple, seuls les Samis sont autorisés à pratiquer l'élevage des rennes⁴⁷. La production de viande est le principal débouché économique de l'élevage, même si une proportion variable mais non négligeable de la production est dédiée à la consommation domestique. Les Samis utilisent traditionnellement toutes les parties de l'animal : la fourrure pour l'habillement, les andouillers et les os pour l'artisanat, le sang et la viande pour l'alimentation, et le lait des femelles domestiquées qui était autrefois consommé.

1.3.1. L'organisation des communautés d'éleveurs de rennes : les « sameby »

En Suède, l'élevage des rennes est organisé administrativement depuis 1886 en 51 communautés d'élevage nommées « *Sameby* » (Reindeer Herding Act, 1886). Littéralement, le terme « *Sameby* » signifie « village Sami » et désigne à la fois une entité géographique délimitant des aires de pâturages, une organisation économique représentant les intérêts de la communauté d'éleveurs qui travaillent ensemble sur ce territoire et le troupeau de la communauté (Gustavsson, 1989 ; Sametinget, 2012). Outre sa dimension économique, la communauté d'élevage fait aussi référence à l'idée de communauté au sens courant, c'est-à-dire des éleveurs et leurs familles, partageant des terres et collaborant pour les activités essentielles de la vie courante (Roturier, 2010). L'élevage en petites communautés est l'héritage d'une organisation plus ancienne en *sijjda*, c'est-à-dire en regroupements de huit à douze familles d'éleveurs autour des pâturages d'hiver, qui se séparent en plus petits groupes pour migrer l'été vers des zones de pâturages plus vastes. Mulk (1997) évoque l'évidence archéologique dès le VI^e siècle d'une forte mobilité des communautés dans le territoire de leur *sijjda*, migrant entre leurs campements selon les saisons.

⁴⁷ En Suède, seuls les Samis sont en effet autorisés à pratiquer l'élevage, mais les non Samis sont autorisés à posséder des rennes dont ils confient l'élevage aux Samis.

1.3.2. Un mode de vie fondé sur les transhumances et la saisonnalité

Les transhumances saisonnières sont au cœur de l'organisation de l'élevage, comme le soulignent Delaporte et Roué (1986 : 137) :

« Toute la vie économique et une part essentielle de la vie sociale des pasteurs lapons reposent sur le renne, dont l'instinct migratoire détermine les déplacements saisonniers ». (Op.cit.)

Les ressources des divers pâturages selon les saisons structurent les déplacements des troupeaux et des éleveurs. Dans cette région située au-delà du cercle polaire, les changements de saisons sont drastiques et ont des effets rapides. Le gel et le dégel en sont des éléments évidents, de même que la lumière : on passe d'une période de quasi obscurité en décembre et janvier à une période extrêmement lumineuse en été, avec le soleil de minuit durant le mois de juillet.

« Quand la neige et la glace disparaissent et que la magnifique lumière de l'Arctique illumine le paysage, le soleil réchauffe si vite les forêts, prairies et marais que c'est immédiatement une explosion de fleurs colorées : Linné s'en était lui-même étonné, déclarant qu'il avait tout à coup l'impression d'avoir débarqué dans un autre pays, très exotique. Mais cette explosion est brève ». (Roué et al., 2011 : 153).

Pour les rennes, et pour leurs éleveurs qui les suivent, il faut donc aller là où la ressource est la plus abondante et au moment où elle l'est. Il est alors crucial pour les éleveurs de posséder des repères précis du rapport entre lieux et saisons. La division de l'année laponne en huit saisons reflète ainsi la finesse des savoirs relatifs à l'environnement selon chaque moment important pour l'élevage. Ces huit saisons correspondent aux quatre grands groupes de saisons que nous connaissons en Occident mais qui sont chacune associée à une pré-saison et une post-saison. Par exemple l'hiver est précédé pour les Samis d'un « automne-hiver » et suivi par un « printemps-hiver » (voir tableau 5). Roué et al. (2011 : 153) nous expliquent que si pour nous l'hiver dure de nombreux mois, il est essentiel pour un Sami, qui explique ce qu'il fait et où sont ses rennes à un moment donné, d'être très précis :

« On est à tel endroit en automne-hiver, mais on se déplace là en hiver. Il est crucial de comprendre si l'on parle du printemps-hiver, du printemps, ou du printemps-été, car à une époque correspond un lieu, une activité et un état de la végétation ou de la neige/glace/eau : la migration demande que les lacs et les rivières soient assez gelés pour que l'on puisse passer dessus, la naissance des faons demande que l'herbe ait commencé à pousser pour que les femelles puissent se nourrir et fabriquer du lait pour les petits, le début de la pêche dans les lacs du haut de la montagne demande que les lacs soient dégelés ». (Op.cit.)

Les huit saisons de l'année lapone sont donc très utiles à l'éleveur pour concevoir et décrire ses activités. Manker (1963) le met en lumière dans un livre intitulé *Le peuple des huit saisons*⁴⁸ et dans

⁴⁸ Traduction de l'auteur du titre suédois : *De åtta årstidernas folk*, Manker, 1963.

lequel il propose une synthèse des terminologies samies et les mois auxquels elles correspondent approximativement dans nos repères occidentaux.

<i>Terminologie samie</i>	<i>Terminologie suédoise</i>	<i>Correspondance en mois et traduction</i>
<i>čak'ča-dal've</i>	<i>Höstvinter</i>	(novembre-décembre) l'automne-hiver
<i>dal've</i>	<i>Vinter</i>	(décembre- mars) l'hiver
<i>giđđa dal've</i>	<i>Vårvinter</i>	(mars-avril) le printemps hiver, ou l'après hiver
<i>Giđđa</i>	<i>Vår</i>	(avril-mai) le printemps
<i>Giđđa-giesse</i>	<i>Vårsommar</i>	(juin) le printemps été, ou le début de l'été
<i>Giesse</i>	<i>Sommar</i>	(juillet-août) l'été
<i>čak'ča- giesse</i>	<i>Höstsommar</i>	(août) l'automne-été, le début de l'automne
<i>čak'ča</i>	<i>Höst</i>	(septembre-octobre) l'automne

Tableau 5. Les huit saisons samies d'après Manker, 1963.

Les rennes se déplacent entre les différents pâturages selon les saisons. En été, ils paissent en liberté dans des pâturages extensifs, se nourrissant principalement d'herbes, d'arbustes et de mousses qui leur garantissent un régime riche en protéines. Cette saison est cruciale en ce qu'elle permet aux rennes de construire des réserves pour l'hiver, saison à laquelle ils paissent principalement dans les zones de forêt boréale pour se nourrir de lichens terricoles (*Cladina spp.*) qu'ils atteignent en creusant la neige et de lichens arboricoles (*Alectoria spp.* et *Bryoria spp.*), qui représentent ensemble 50 à 80% de leur régime alimentaire à cette saison (Roturier, 2009 ; Roturier & Roué, 2009).

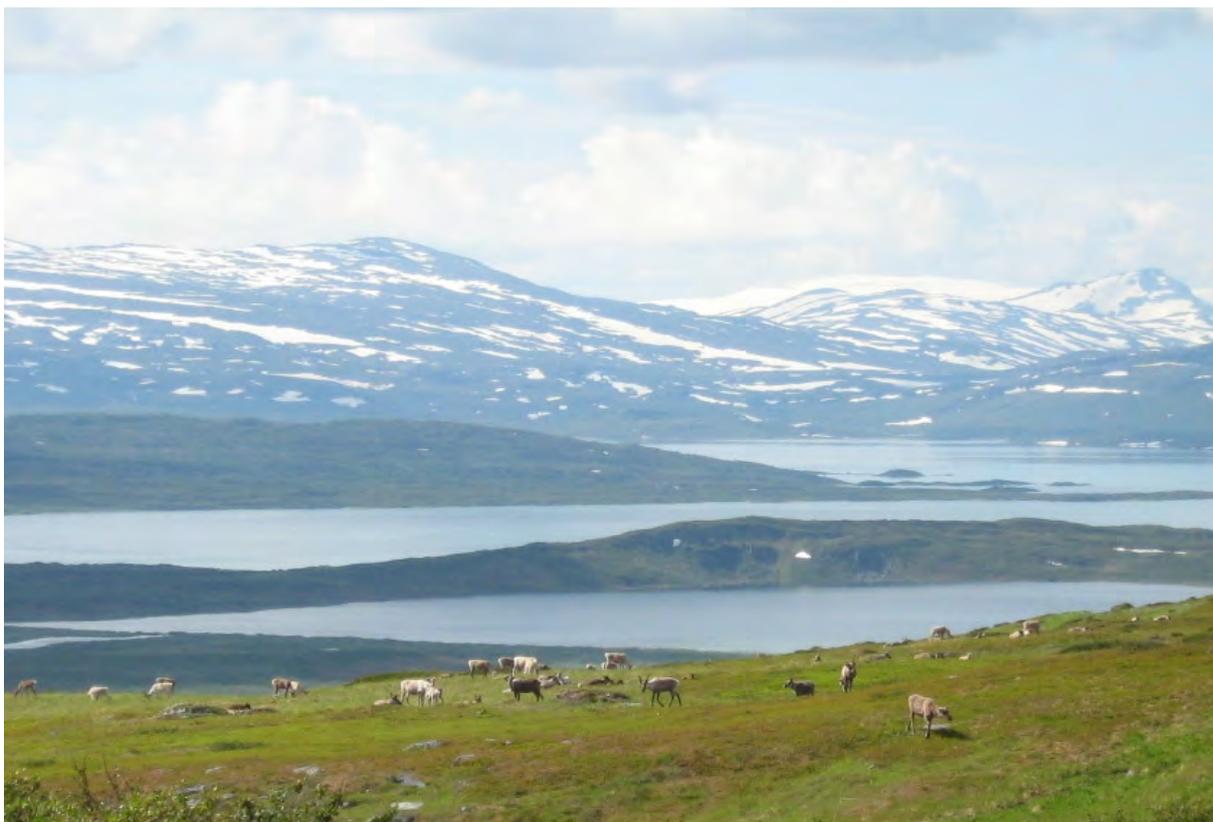


Photo 16. Troupeau de rennes dans leurs pâturages d'été dans les montagnes de Padjelanta. Photo : F. Revelin.



Photo 17. Rennes creusant la neige dans leurs pâturages d'hiver pour atteindre les lichens. Photo : S. Roturier.

Ces exigences naturelles sont à l'origine de l'organisation socioculturelle de l'élevage ; les Samis suivent traditionnellement la transhumance de leurs animaux, aujourd'hui organisée au travers du système de sameby (communautés d'éleveurs) que j'ai présenté plus haut. Les pâturages sont répartis entre les différentes communautés d'éleveurs, qui en utilisent toute la diversité pour les besoins de leurs troupeaux. Ces divisions s'opèrent en considérant les différents écosystèmes subarctiques de toundra, qui présentent des zones de montagnes de type alpin, des forêts boréales et des zones de marécages. Il existe ainsi en Suède trois types de sameby : les sameby de montagne, les sameby de forêt et les concessions (voir carte 13 ci-contre).

- Les sameby de montagne

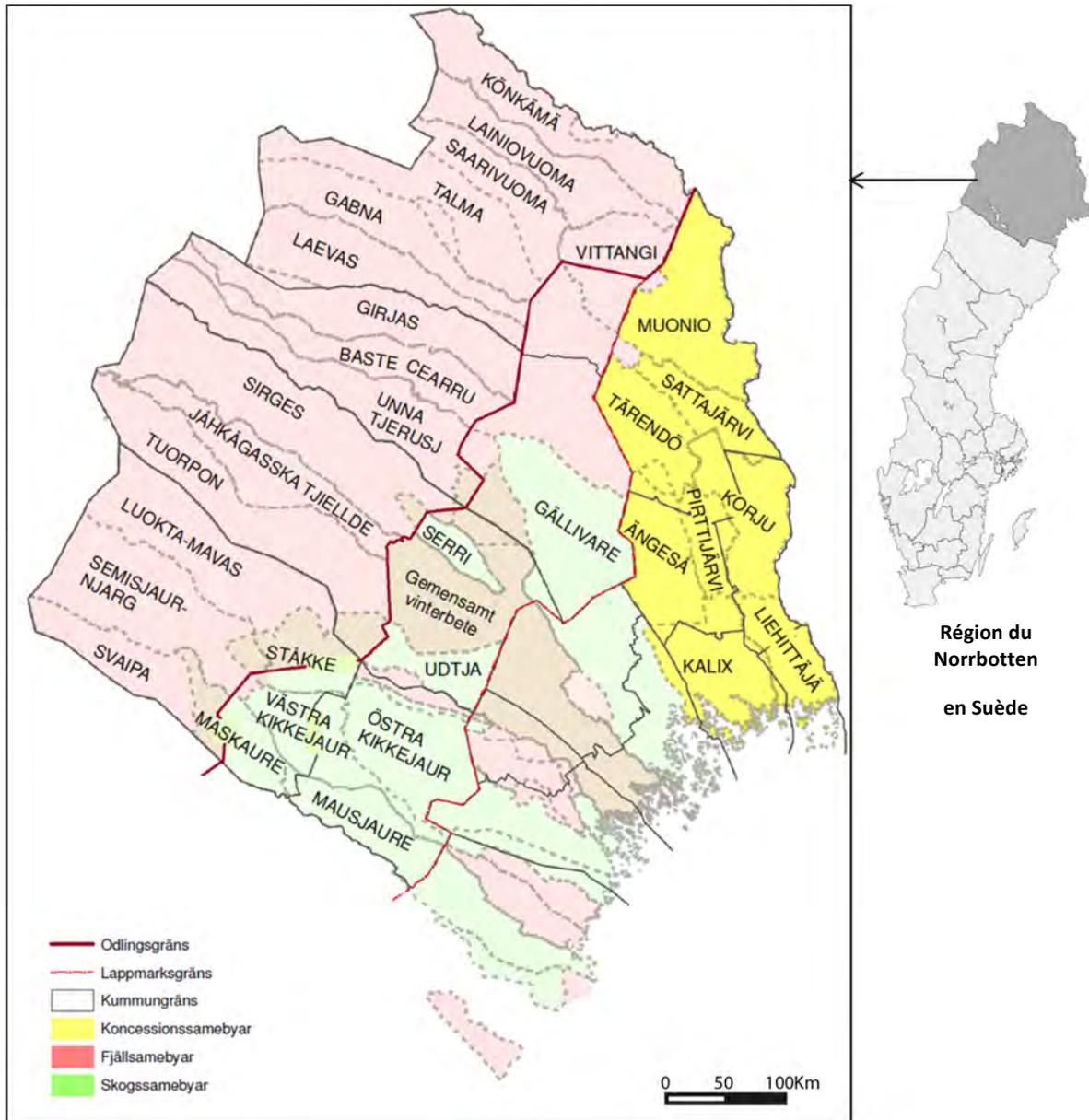
Les territoires des sameby de montagne se situent à l'ouest de la ligne de l'agriculture (*Odlingsgränsen*, voir carte 13, ci-contre). Leurs pâturages d'été se situent en zone de montagne, et leurs pâturages d'hiver se situent directement à l'est des montagnes, dans les forêts boréales plus en plaine. Cette configuration se traduit par une morphologie particulière des limites des territoires des sameby, qui suivent des bandes étroites s'étendant des montagnes de l'ouest adossées à la Norvège, aux forêts de l'est.

- Les sameby de forêts

Les territoires des sameby de forêt sont inclus dans la limite de la ligne d'agriculture et sont moins étendus que ceux de montagne. Ils se situent dans les zones planes de forêt plus à l'est, proches des zones de pâturages hivernaux des sameby de montagne. Les migrations sont donc beaucoup plus courtes pour les communautés d'éleveurs des forêts.

- Les concessions

Similaires aux sameby de forêts et parfois considérées comme telles en raison de stratégies d'élevage et d'usages du territoire semblables (Gustavsson, 1989 ; Roturier, 2009), ces concessions sont sujettes à un statut particulier car elles sont gérées par l'administration régionale du Norrbotten sur la base de baux de 10 ans.



Carte 13. *Sameby* (communautés d'éleveurs de rennes) du Norrbotten, Suède. Source: Landstyrelsen, 2012.

1.3.3. Un territoire de plus en plus morcelé

Il est important de remarquer que l'ensemble du territoire de la région suédoise du Norrbotten est inclus dans le système foncier de l'élevage de rennes, comme l'illustre la carte n° 13. Cela indique d'abord combien la question du pastoralisme reste marquante pour cette région, mais cela suggère aussi combien les Samis, à travers le caractère extensif de leur activité, se trouvent en contact avec tous les autres usages des territoires développés dans cette région. On touche ici à la question centrale de ce chapitre, à savoir l'articulation et les ajustements, à travers les différentes échelles de temps et d'espaces, des activités majeures qui orchestrent le développement de cette région et

structurent ses dynamiques actuelles. Comme je l'ai développé en chapitre précédent pour l'étude de cas des Pyrénées, notre lecture de cette analyse s'articule ici en particulier autour de la question du tourisme, afin de comprendre comment cette activité s'est progressivement insérée au cours du temps dans le réseau complexe des dynamiques locales. Nous chercherons à mettre en relief comme pour le cas précédent les leviers et les axes du développement du tourisme.

2. L'industrialisation du nord de la Suède à partir du XIX^e siècle : des activités extractives à la conservation de la nature

2.1. Premières mines et voies ferrées au tournant des XIX^e et XX^e siècles

Dans la région suédoise du Norrbotten, les premières exploitations sont des mines d'argent. La découverte de ces gisements souterrains stimule l'intérêt de la Couronne suédoise pour les ressources naturelles du nord, qui lance une première vague d'exploitation du minerai d'argent vers 1635, dans la montagne de Kvikkjokk (district de Jokkmokk). Les Samis sont alors contraints de fournir la force de travail et les moyens de transport (rennes de trait et force humaine) pour ces activités extractives, ce qui a des conséquences directes sur leur économie :

« From the very beginning of the mining period the Saami were forced to provide reindeer and labour to the mining industry, and the hard work that they had to engage in resulted in many casualties as well as economic difficulties when the Saami were no longer able to engage in their traditional activities ». (Hultblad, 1968 : 16, traduit du suédois par Dahlström, 2003)

Cependant, cette première activité minière cesse rapidement, en raison des difficultés liées d'une part à l'éloignement (et donc aux difficultés et aux coûts du transport) et d'autre part à des niveaux trop élevés de phosphore et de sulfure dans le minerai (Beach, 1981).

Connue depuis longtemps par les Samis, la présence de gisements de fer dans la région n'est découverte qu'au XVII^e siècle par la Couronne suédoise. Beach (1981) affirme que la plupart des ressources sont localisées dans les années 1730. Deux spots principaux sont repérés : d'un côté, dans l'actuel district de Kiruna (district le plus septentrional de la Suède, juste au nord de Gällivare – cf carte 5 page 27), plus précisément dans les montagnes de *Kiirunavaara* et de *Luossuavaara*, et de l'autre sur le territoire du district de Gällivare, la montagne *d'Iluvaara*, qui est aujourd'hui plus connue sous le nom de *Malmberget* (littéralement, « la montagne du minerai » en suédois). L'éloignement, la rudesse du climat et le manque de technique freinent la mise en œuvre de l'extraction. A la fin du XIX^e siècle dans le contexte de l'industrialisation de la Suède, l'exploitation de ces ressources devient une préoccupation majeure pour le royaume qui ouvre des mines sur les deux sites dès 1888 à Malmberget (Gällivare), et dès 1898 à Kiruna. L'exportation du minerai de Laponie

suédoise, jusque là insignifiante, prend très vite une part majeure dans l'économie suédoise, représentant déjà presque 10% de la valeur de l'exportation suédoise en 1913 (Dahlström, 2003).

Les infrastructures nécessaires au transport du minerai extrait sont mises en place dans la foulée. Une compagnie britannique est chargée de construire le chemin de fer reliant les zones d'extraction aux grands ports nordiques : Luleå à l'est (près du golfe de Botnie) et Narvik à l'ouest, en Norvège, qui ouvre sur la façade atlantique, libre de glace toute l'année grâce à l'influence du *gulf stream*.

La construction de cette ligne Luleå-Narvik connaît quelques déboires et est mise en service par tronçons. La section Malmberget-Luleå est la première à ouvrir, en 1888, puis la section Kiruna-Narvik en 1899, et enfin, la ligne complète en 1902. Elle devient connue sous le nom de *Malmbanan*, littéralement, « le train du minerai ». L'exploitation minière et la construction du chemin de fer marquent ensemble le début d'un bouleversement déterminant pour la région au début du XX^e siècle. Wall-Reinus (2009) souligne que pour l'Etat suédois, le chemin de fer, plus qu'un simple moyen de transport, est un symbole de la modernité et de l'accès au nord:

« It was a symbol of success and the future (Sörlin, 2000 : 17). Furthermore, the railway to northern Sweden was also a means of bringing both Northern Sweden and Norway closer to the rest of the country ». (Op.cit. : 99)

La mine et la ligne de chemin de fer, symboles de l'industrialisation rapide du Norrbotten, orchestrent aussi le début du morcellement des terres samies : des territoires, jusque là utilisés traditionnellement comme des pâturages extensifs pour les troupeaux de rennes qui paissent en semi liberté, sont désormais partiellement dédiés à la mine et traversés par des voies ferrées qui constituent une nouvelle contrainte pour l'élevage et pour le déplacement des troupeaux transhumants.

L'arrivée massive de main d'œuvre en provenance du sud et de l'est transforme également la démographie : la population du Norrbotten double entre 1870 et 1900 (Beach, 1981). Nombre d'habitations sont progressivement construites autour de Malmberget et de Kiruna et les premiers signes d'urbanisation gagnent une région jusque là occupée par un peuple semi nomade, disposant de peu de structures sédentaires.

Au cours du XX^e siècle, les mines continuent à se déployer et le progrès technique permet d'augmenter la capacité extractive. Les deux mines sont aujourd'hui aux mains de l'entreprise publique Luossuvaara Kiirunavaara Aktiebolaget (LKAB), qui alimente quotidiennement une quinzaine de trains contenant chacun 100 tonnes de minerai de fer, acheminés vers les ports de Narvik et de Luleå, ce qui en fait les deux mines souterraines les plus grandes et les plus modernes du monde (site officiel de LKAB, 2012). Dans la commune de Gällivare, une seconde mine, Aitik, cette

fois une mine à ciel ouvert, ouvre en 1968. Du cuivre principalement, mais aussi de l'or et de l'argent en sont extraits. L'ensemble de ces activités d'extraction représente, historiquement et encore aujourd'hui, un bassin d'emploi important sur les deux municipalités de Gällivare et de Kiruna. Elles participent largement au dynamisme économique de la région et du pays : la Suède est devenue un leader mondial de l'exportation de fer et d'acier notamment grâce à l'extraction réalisée dans le Norrbotten. Elles drainent plus largement des richesses vers le nord du pays, en participant largement à faciliter son accès et en étant à l'origine de nombreux échanges internationaux. Par ailleurs, on a vu notamment en chapitre 3 comment l'enchaînement de ces logiques (création de la mine - développement des transports et des infrastructures - accessibilité touristique de la région) a historiquement favorisé le développement du tourisme dans cette région isolée de la Suède. Dans le même temps, elles constituent un compétiteur important vis-à-vis de l'activité d'élevage des Samis : en continuant à se développer, l'activité extractive absorbe des terres précédemment utilisées comme pâturages. Cependant, face au dynamisme économique de cette activité, les prospection de minerai se poursuivent dans la région, dans la perspective de mettre en fonction d'autres mines (Revelin, 2013, cf annexe 1).



Photo 18. Train de la compagnie LKAB, transportant le minerai de fer depuis Gällivare et Kiruna vers le port de Narvik en Norvège. Cette photo est prise à la gare d'Abisko en 2010, sur le passage de la ligne Luleå-Narvik construite en 1902. Près de la gare se trouve une station touristique STF desservie par un autre arrêt (photo ci-dessous), et où de nombreux touristes arrivent aujourd'hui directement en train depuis Stockholm. Photo : F. Revelin.



Photo 19. Touristes descendant du train en provenance de Stockholm à l'arrêt "Abisko turistsation", c'est-à-dire l'arrêt spécifique pour la station de tourisme dans la petite localité d'Abisko. Photo : hemserver.se, consulté en juin 2013.

2.2. La foresterie, une industrie qui gagne le nord au cours du XIX^e siècle

Les forêts boréales du Norrbotten constituent une ressource importante pour la Suède. Leur exploitation, au même titre que celle du minerai, s'intensifie au XIX^e siècle dans le contexte de l'industrialisation du pays. La région est progressivement atteinte au cours du XIX^e siècle par la *timber frontier* qui progresse vers le nord de la Suède, visant les larges forêts de pins sylvestres (Östlund, 1993). Le développement rapide de cette région périphérique, désormais accessible, ouvre la voie à l'exploitation plus intensive des ressources forestières. L'industrie forestière devient alors un lobby influent en Suède (Dahlström, 2003). En s'implantant dans le Norrbotten, elle devient une force d'attraction supplémentaire pour la main d'œuvre extérieure, contribuant aussi largement aux changements démographiques.

Les pratiques d'abattage participent à des bouleversements à l'échelle du paysage et *in fine* à une fragmentation du territoire. Östlund *et al.* (1997) expliquent que, depuis le XIX^e siècle, le couvert forestier n'a pas tant changé en superficie, mais plutôt en substance : les dynamiques et la structure des écosystèmes forestiers de la forêt boréale ont été bouleversées entre le XIX^e et le XX^e siècle. Ces changements sont principalement attribués à la foresterie moderne des cent dernières années. Pour les éleveurs samis qui utilisent traditionnellement toute la diversité des écosystèmes, et pour qui la forêt boréale constitue l'essentiel des pâturages d'hiver, ces bouleversements ont inévitablement entraîné des transformations dans les pratiques d'élevage et dans l'accès aux ressources (Roturier & Roué, 2009).

Les coupes sélectives ou rases représentent un point de conflit important entre élevage et foresterie, dès l'origine de l'exploitation industrielle de la forêt et encore aujourd'hui. Ces abattages exercent un stress sur les ressources en lichen qui constituent une base alimentaire majeure pour les troupeaux de rennes en hiver. Les coupes d'arbres impliquent non seulement une diminution de la ressource en lichens de manière directe, mais aussi à plus long terme en raison de la longue période de régénérescence des lichens (entre 100 et 130 ans) (Beach, 1981). Dans une étude ethnographique sur la complexité des savoirs locaux écologiques des éleveurs samis, Roturier et Roué (2009) ont étudié l'interconnexion des savoirs sur le couvert forestier, le couvert neigeux et la formation de la glace. Ils montrent que la conjonction de ces différents facteurs altèrent l'accès à la ressource en lichens pour les rennes, et dans certains cas les coupes rases privent complètement les rennes de cette ressource qu'ils ne parviennent pas à atteindre, ne pouvant pas creuser à travers la glace qui se forme en l'absence de protection par un couvert forestier :

« When a forest is clear cut, there is no more protection, the pasture is locked down. [...] Even if there is something to graze, the reindeer cannot dig through the snow. The snow is too deep and hard

in the clear cut. Reindeers avoid clear-cut areas until the pines have grown through the snow cover again". (Op.cit.:1962)

Les changements induits par la foresterie sur la structure des forêts affectent ainsi son potentiel d'utilisation comme ressources pour l'élevage, à travers des effets plus ou moins directs. L'exploitation intensive des forêts a donc de multiples effets sur l'élevage, à la fois sur la production, sur les pratiques et sur le territoire. Elle peut conduire à la réduction de la taille des troupeaux, à la baisse de productivité et à des modifications profondes dans les pratiques d'élevages, comme le montre Hugh Beach dans son étude menée dans les années 1980 dans une communauté d'éleveurs de la commune de Jokkmokk (Tuorpon) :

"Of all the forms of land encroachment [...] that by the timber industry has been the one that has most seriously affected the reindeer management in Tuorpon. Not only has encroachment on the winter lands altered the number of reindeer which can be supported there, but herding form has also had to be adapted to criss-crossed and patched grazing lands, which are far less able to contain gathered herds". (Beach, 1981 : 267)

Ce morcellement du territoire et les transformations qu'il induit dans l'élevage entrent dans le cadre d'un processus de plusieurs décennies, qui se produit en interconnexion avec les autres forces du développement de cette région. La foresterie représente cependant un symbole fort de la pression ressentie par les Samis sur leur territoire, leur mode de vie et finalement leur identité.

2.3. Déploiement de l'hydroélectricité au cours du XX^e siècle

L'ère de l'industrialisation du nord est également marquée par le développement de l'industrie hydroélectrique et de la régulation progressive de plusieurs cours d'eau du Norrbotten durant le XX^e siècle. Les mines et l'activité de transport du minerai créent rapidement une importante demande en énergie. Les cours et les chutes d'eau du Norrbotten présentent le potentiel d'une production hydroélectrique peu coûteuse. La première station ouvre à Porjus en 1915, sur le fleuve Lule. Porjus, petite localité située à la limite entre les districts de Jokkmokk et de Gällivare, doit clairement son développement à l'exploitation hydroélectrique, qui est, encore aujourd'hui, le moteur économique du village. La construction de la station hydroélectrique et des aménagements successifs du transport d'électricité ont amené à Porjus une main d'œuvre allochtone importante (environ 800 personnes).

Très vite, la production d'électricité n'est plus vue pour sa seule utilité locale. Exportée vers le sud urbanisé, elle devient un atout pour tout le pays. Cela soutient le déploiement progressif de barrages dans la région nord. Sur les territoires de Gällivare et de Jokkmokk, qui sont justement séparés par une frontière hydrologique naturelle, de nombreux projets de régulation sont mis en place

progressivement au cours du XX^e siècle. Le fleuve Lule est aujourd'hui ponctué par quinze barrages, entre sa source dans le district de Gällivare et son estuaire dans le Golfe de Botnie.

La construction successive des barrages conduit à l'inondation de vallées entières par des lacs artificiels. L'ampleur de ce phénomène est particulièrement observable dans l'actuel parc national de Stora Sjöfallet, créé en 1909 parmi les premiers parcs de Suède et d'Europe, à cheval sur les districts de Gällivare et de Jokkmokk, dans leur partie plus montagneuse à l'ouest. Stora Sjöfallet signifie « grandes cascades », en référence à ses anciennes cascades remarquables. Malgré les politiques de protection de la nature, l'hydrographie exceptionnelle du parc fait l'objet d'un premier plan de régulation décidé en 1917. Entre 1919 et 1978, cinq projets d'aménagements majeurs sont mis en place successivement dans cette zone (Dahlström, 2003). Il s'agit de construire des barrages - et par conséquent d'inonder des vallées - de construire une route longeant ce réseau hydrographique progressivement régulé et de construire des infrastructures pour les travailleurs, en particulier à Ritsem et à Stora Sjöfallet.



Photo 20. Vue sur le barrage de Suorva depuis le parc national de Stora Sjöfallet. On aperçoit une éolienne installée sur le barrage, qui est une éolienne pilote servant à tester cette technologie dans un environnement arctique. Photo : F. Revelin.



Photo 21. Barrage de Suorva, dans le parc national de Stora Sjöfallet. Cette zone du parc a été déclassée au moment de la construction du barrage. Photo : F. Revelin.

Ces grands projets ont trois conséquences majeures :

- pour les Samis l'inondation des vallées provoque une perte de pâturages importante les terres sont transformées en lacs artificiels. Les Samis ont dû abandonner leurs anciens villages pour installer leurs villages d'été sur de plus hautes terres. Un Sami de Vaisaluokta m'expliquait que sa famille a dû déménager quatre fois leur campement d'été en l'espace de trois générations.
- les frontières des parcs nationaux sont redessinées face au morcellement du territoire et la zone régulée est exclue du parc national.
- l'ouverture de la route modifie l'accès à cette zone reculée et favorise le développement du tourisme. Aujourd'hui, une grande majorité des touristes qui se rendent dans les parcs nationaux de cette zone empruntent cette route d'accès, ponctuée de diverses « portes » vers les parcs, les sentiers ou les petites stations touristiques. Les cabanes construites pour les travailleurs de Vattenfall (la compagnie publique à la tête de ces projets) sont en partie rachetées par des structures touristiques et sont utilisées pour l'accueil des touristes (en particulier à Ritsem et à Stora Sjöfallet).

2.4. Conservation de la nature et tourisme

Le tourisme en terres samies n'est pas si récent, comme nous l'avons vu au chapitre 3. Vers le XVII^e siècle, les premiers explorateurs se lancent dans la découverte de ces régions septentrionales: e.g. l'humaniste suédois Johannes Scheffer (1673) et le botaniste Carl Von Linné (1732), auteurs de récits pionniers décrivant leurs voyages en Laponie. Cependant, ce n'est que vers la fin du XIX^e siècle que les touristes commencent à voyager plus nombreux vers le nord, sous l'influence des premières associations de tourisme (STF en particulier). L'industrialisation rend possible l'accès vers la région et ouvre la porte aux élites intellectuelles du sud. Ce tourisme pionnier, comme nous l'avons vu, est avant tout ancré dans une approche scientifique et savante de la région (Wall-Reinus, 2009b ; Schough, 2007). Il aura une influence très forte sur le développement des initiatives de protection de la nature dans la région. L'approche savante de la nature du nord porte un souci de préservation face à ces étendues encore très peu industrialisées. Ce souci se concrétise dans la naissance de politiques de protection de la nature, après la visite d'un professeur allemand, Conwentz, qui sensibilise les Suédois à l'idée de protéger la nature contre le développement industriel inapproprié :

“The formal initiative to the Swedish legislation for nature protection came from Parliament member Karl Starbäck at a 1904 Swedish parliament session [...]. Starbäck's appeal included references to the work of Professor Hugo Conwentz from Prussia, who had argued that it was about time that people realized the value of nature as a living presentation of nature's development stages. Therefore, Conwentz argued that parts of nature should be protected before it was too late”. (Dahlström, 2003 : 195).



Photo 22. Panneau touristique datant de 1946, installé par STF dans le parc national de Stora Sjöfallet. Photo : F. Revelin.

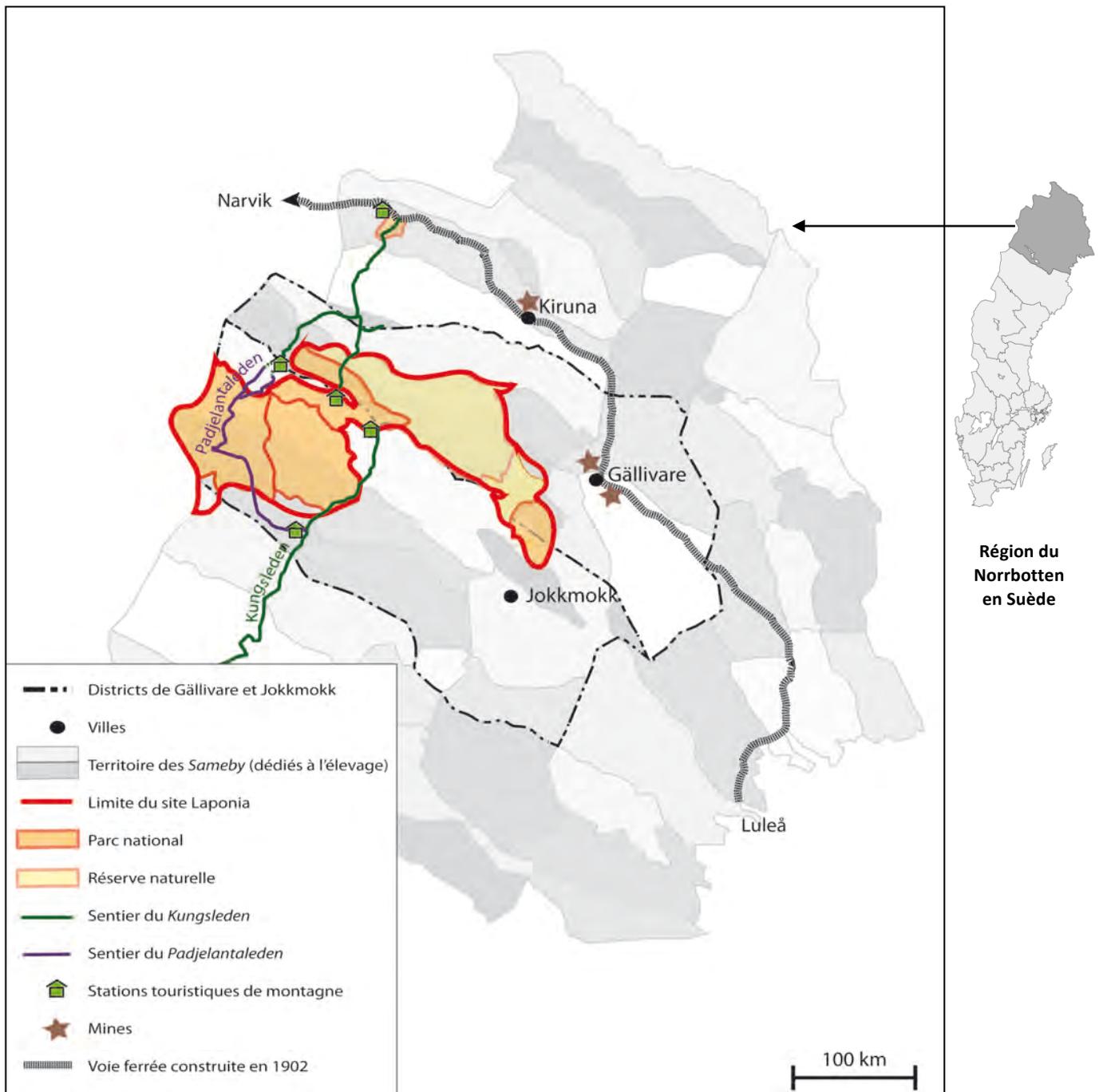
Si les projets de parcs nationaux naissent dans les représentations d'une nature à protéger contre le développement industriel, leur réalisation concrète reste néanmoins liée au processus d'industrialisation du nord : en rendant la région plus accessible, l'industrialisation favorise cette découverte des montagnes par les allochtones. Industrialisation et protection de la nature ne constituent pas, à l'origine, des objectifs antagonistes. Au contraire, pour ceux qui soutiennent ces premières politiques de protection de la nature en Suède ces évolutions ressortent d'une même idéologie du progrès :

"It was perfectly consistent for Conwentz, as for most other nature protectionists at the time, to be able to promote industrial progress in the man-made landscape while focusing on the protection of the remaining natural treasures and nature monuments in the alleged untouched areas and wildernesses". (Dahlström, 2003 : 196).

Wall-Reinus (2009b) montre que comme aux USA et en Australie, pays qui précèdent les européens dans les initiatives de protection de la nature, les voies ferrées et les intérêts du tourisme sont un facteur majeur de l'établissement de parcs nationaux en Fennoscandie. Deux parcs sont donc créés en 1909 dans les deux districts auxquels nous nous intéressons ici : Sarek (Jokkmokk) et Stora Sjöfallet (Jokkmokk et Gällivare).

Plus tard, d'autres parcs nationaux seront créés dans la région, notamment le parc de Padjelanta, en 1962, à l'ouest du parc de Sarek, dans le district de Jokkmokk. Ensemble, ces deux parcs couvrent les pâturages estivaux de trois communautés samies : Sirgers, Jåhkågasska, et Tuorpon. Historiquement, les touristes qui visitent cette région rencontrent parfois la population samie locale. Dans Padjelanta, un sentier de randonnée est créé en même temps que le parc, le *Padjelantalen*, sentier ponctué par des villages d'été samis implantés près des lacs, ce qui favorise la rencontre entre Samis et touristes *in situ*. Moins connu que le Kungsleden, ce sentier est cependant fréquenté à la belle saison par les randonneurs.

Finalement, en moins d'un siècle, ces terres montagneuses à l'ouest des deux districts, dédiées à l'élevage, occupées par les Samis et utilisées principalement comme pâturages d'été, ont progressivement été investies et morcelées par de nouveaux intérêts de développement : la protection de la nature, l'hydroélectricité et le tourisme principalement. Pour les Samis donc, l'adaptation à ces changements rapides touchant aux usages de leur environnement a été cruciale pour le maintien de l'élevage. Nous allons voir que les Samis se sont progressivement impliqués dans d'autres activités comme une économie secondaire, en particulier dans le tourisme (chapitre 8), pour compléter leurs ressources et maintenir leur mode de vie face aux fortes pressions exercées sur les terres pastorales par les activités industrielles.



Carte 14. Carte des sameby (communautés d'éleveurs de rennes) du Norrbotten (région nord de la Suède), traversés par la voie ferrée construite en 1902 et permettant le transport du minerai extrait dans la mine de Kiruna et les deux mines de Gällivare. Certains sameby du Norrbotten sont également recouverts par les territoires des parcs nationaux et des réserves naturelles compris dans Laponia et traversés par deux célèbres sentiers de randonnée.
 Source : Revelin (2013), modifiée d'après gis.ist.se et laponia.nu.

3. Les enjeux du développement du nord vus par les Samis

3.1. Le tourisme et l'extraction comme des formes de colonialisme ?

Les terres utilisées par les Samis pour l'élevage, qu'ils considèrent comme « leurs terres » en raison des croyances, des pratiques et des mythes qu'ils y associent, ont peu à peu été morcelées sous l'effet du développement industriel et de la création d'aires protégées. Les frontières de ces aires protégées distinguent d'un côté des zones préservées depuis plus d'un siècle et constituées d'une nature perçue comme sauvage, et de l'autre côté, des zones où les ressources naturelles peuvent être exploitées industriellement, notamment *via* des activités extractives.

L'ensemble de ces zones recouvrent des territoires dédiés à l'élevage des rennes (voir carte 14 ci-contre). Ainsi, malgré les usages contrastés de la région et de ses ressources qu'ils incarnent, les Samis perçoivent comme un ensemble ces formes de fragmentation de leur environnement : l'extraction minière, la conservation de la nature et le tourisme représentent d'une certaine manière des formes variées de l'hégémonie des modèles de développement exogènes, qui ont progressivement expropriés les Samis de leurs terres et nient leurs liens étroits des avec elle. Comme on l'a vu précédemment, les industries d'extraction du minerai, d'exploitation forestière et de production hydroélectrique engendrent des morcellements physiques du territoire et reposent sur des usages des ressources naturelles qui entrent en compétition directe avec l'élevage. Ces industries sont également porteuses de changements majeurs du point de vue de la démographie et du développement des aménagements de la région. Par ailleurs, les vastes projets d'aires protégées mis en place par les autorités suédoises célèbrent une nature pensée comme vierge et intacte, promouvant le développement du tourisme autour d'un imaginaire des montagnes suédoises comme l'une des dernières régions sauvages d'Europe, un *wilderness*. Pour les Samis, cette image constitue une forme de déni de leurs liens historiques et continus à la région. Par conséquent, ils considèrent ces différentes formes du développement et les politiques exogènes qui les ont portées comme une des formes de colonialisme (Green, 2009).

En adoptant une perspective endogène pour étudier, à travers l'expérience des Samis, les dynamiques et les interconnexions entre les forces à l'œuvre du développement de la région, on peut donc identifier une première dimension d'ordre pratique : comme on l'a vu, certaines activités entrent directement en conflit avec les usages et les intérêts des Samis, morcelant le territoire et exerçant une forte pression sur les ressources utilisées par les Samis et les diverses activités industrielles (foresterie) et extractives (mines, barrages).

Deux autres dimensions ressortent également lorsque l'on s'intéresse à cette perspective endogène vis-à-vis des divers enjeux qui orchestrent le développement de la région : l'une a trait aux modes de vie et à la culture samie, qui évoluent au contact de ces dynamiques, l'autre est de l'ordre du symbolique, et fait référence aux valeurs profondes propres à la cosmologie samie. Afin de mieux comprendre ces dimensions, intéressons-nous à la place de la mémoire collective associée à l'histoire coloniale des terres samies et à la manière dont elle influence le rapport des Samis aux diverses formes du développement qui façonnent leur environnement et engendrent une transformation progressive de leurs modes de vie.

3.2. La mémoire coloniale et l'expérience vécue

La mémoire du processus de colonisation est encore très présente au sein de la communauté samie, fondée à la fois sur les faits historiques et sur les représentations et la réappropriation des événements passés. Pour les Samis, cette mémoire collective est loin d'être juste une abstraction lointaine ; elle anime au contraire les expériences personnelles des gens, comme Green (2009: 193) le souligne :

“The collective memory, besides working as a widespread representation of the past that explains and gives meaning to the experienced injustice in a current situation, also gets recounted at a personal level, thus providing a framework and a vocabulary for personal experiences”. (Op.cit.)

Le rapport des Samis à ce passé colonial marqué par une expropriation de leurs terres influence les perceptions et les représentations qu'ils ont aujourd'hui vis-à-vis des questions liées au développement local, et par extension leur position face aux divers enjeux qui l'animent. Cependant, même si la mémoire de ce passé colonial est très présente dans la communauté samie, il n'existe pas un point de vue sami homogène, mais au contraire, des discours et des opinions contrastés. Certains de mes interlocuteurs par exemple sont très impliqués dans les questions politiques relatives à la défense des droits autochtones et affichent des positions très tranchées liées à leur engagement politique. Comme cela a été souligné plus tôt, il existe en effet au sein de la communauté samie une minorité de personnes fortement engagées dans les questions d'autochtonie, qui s'organisent pour intégrer les arènes politiques nationales et internationales afin de défendre les droits autochtones. D'autres, comme Per-Erik, que j'ai rencontré en 2011, sont plus modérés. Eleveur appartenant à la communauté d'éleveurs Unna Tjerusj à Gällivare et dont le territoire a subi le morcellement imposé par la création de lacs artificiels par les grandes entreprises d'hydroélectricité, il ne se décrit pas comme un militant politique, mais simplement comme quelqu'un qui tente d'assurer un bon avenir pour sa communauté et pour la survie de sa culture. Il est impliqué dans l'élevage, mais développe parallèlement une activité de guide dans le cadre d'une petite entreprise touristique, pour compléter ses revenus. Il évoque la situation de la communauté à laquelle il appartient (sameby) et plus

largement son sentiment concernant l'avenir de la culture samie et de l'élevage de rennes, à travers la métaphore d'un fruit : pour lui, les terres et la culture sont grignotées comme un gros fruit.

“I’m afraid it’s gonna be really difficult to make the herding in the future. Because we have big conflicts with the forest company and the power crafts⁴⁹, and it’s taking small pieces of our fruit all the time. And I don’t think, we’re not going to survive this so long. Because they’re eating our fruit and coming into the middle, and then it will kill us”. (Per-Erik K., été 2011 à Ritsem)

Pour résister à ce morcellement poursuit-il, un moyen selon lui d’agir « politiquement sans faire de la politique » est justement de présenter au monde les enjeux et les défis auxquels les Samis font aujourd’hui face dans leur vie quotidienne.

“And ja, there’s nothing to do about it. So we have to put on one way to work politically without being political, to take tourists here, to show them on nature, to get them to tell us: ‘oh it’s wonderful, here we want to be, I want to tell my neighbours and everybody that they have to come here and meet you’ and that kind of things”. (Op.cit.)

3.3. Transformation des modes de vie et adaptation aux changements : entre tradition et modernité

La colonisation des terres samies par des enjeux industriels et conservationnistes au cours du XX^e siècle et la compétition qu’elle engendre autour de l'utilisation des terres et des ressources ne représentent pas uniquement des contraintes extérieures auxquelles les Samis ont essayé de s’y opposer, ni même une succession d'événements isolés qui auraient influé sur leurs modes de vie. On observe au contraire un processus complexe d'adaptation à travers lequel ils ont progressivement transformé leur mode de vie, de l’intérieur. Cette intériorisation des contraintes à travers l’adaptation aux changements ont amené les Samis à diversifier leurs activités au cours du dernier siècle et à intégrer des techniques et des matériaux modernes à leurs pratiques, pour répondre aux besoins de l'élevage et pour adapter leurs modes de vie à une société de plus en plus occidentalisée et imprégnée des enjeux de l'économie de marché. Pour compléter les revenus de plus en plus minces de l'élevage, les Samis se sont investis dans de nouvelles activités, soit en créant leurs propres petites entreprises, soit en prenant des emplois complémentaires dans des structures existantes. On a vu en introduction combien l’activité économique des districts étudiés ici n’est pas répartie de manière équilibrée ; l’essentiel des activités se concentrent en effet sur les centres urbains, laissant les vastes territoires périphériques relativement peu dynamiques. Prendre un emploi en ville a encouragé la sédentarisation des Samis vers les centres urbains, modifiant ainsi le mode de vie fondamentalement nomade, lié aux transhumances. Ces changements reflètent également la modernisation des déplacements, où, grâce à l’utilisation croissante de véhicules motorisés (scooters

⁴⁹ Par « power crafts », il fait allusion aux barrages et aux entreprises de production hydroélectrique.

de neiges, motocross, camions à bétails pour transporter les rennes, véhicules privés, etc.) les Samis peuvent, en habitant en ville, continuer à se déplacer plus facilement vers leurs troupeaux, même en vivant dans des zones plus éloignées des pâturages.

Per-Erik souligne l'un des paradoxes qui découlent de ce phénomène de diversification des activités et de la prise d'emplois complémentaires, à travers l'exemple des éleveurs qui partent travailler dans les mines :

“In these days, we have to complete our economy with some other money from other places, and we go to the mine. And work for the mine, and the mine is killing our land. You know it's really crazy. But you have a good... They pay you good and you have milk in the cooler”. (Per-Erik K., été 2011 à Ritsem)

En s'adaptant aux changements forts de leur environnement et de la société qui ont profondément transformé le nord de la Suède dans le dernier siècle, les Samis parviennent à maintenir leurs traditions tout en modernisant leurs modes de vies. Mais comme le montre l'extrait ci-dessus, ce processus d'adaptation passe ironiquement par l'acceptation, et même l'intégration d'éléments qu'ils considèrent comme des menaces directes au maintien de leur culture et de l'élevage, tel que Per-Erik l'illustre à travers le cas d'éleveurs travaillant dans les mines pour compléter leurs revenus. Il explique de surcroît que, alors que les industries extractives exercent une pression importante sur certaines zones de pâturages, et continuent même à absorber de nouvelles terres par l'extension de certaines mines ou la prospection de nouvelles zones d'extraction (Revelin, 2013), travailler à la mine présente des avantages pour les éleveurs et constitue un emploi secondaire privilégié par certains : c'est un travail bien payé et qui bénéficie de nombreux avantages du point de vue de la durée des congés en contre partie du travail souterrain, permettant de dégager plus de temps pour continuer à se consacrer à l'élevage. Par certains aspects, le tourisme suit une logique commune : il apparaît en quelque sorte comme un symbole hérité de la colonisation du nord et des craintes vis-à-vis d'un développement mal contrôlé du territoire, comme le souligne Liz-Mari, une employée de la municipalité de Jokkmokk :

“There has been a long history of colonization, both with the industrialization but also with the tourism. There was more and more tourists coming up here, and they used the Saami to carry things in the mountains and this kind of things”. (Liz-Mari N., été 201 à Jokkmokk)

De ce point de vue, le tourisme inspire parfois des réticences de la part des Samis, notamment en raison de la peur d'une utilisation ou d'une instrumentalisation abusive de leurs terres par des non-Samis. Cette idée s'accompagne de la crainte d'une trop faible implication des Samis dans les stratégies liées au développement du tourisme, qui, au cours de l'histoire, ont principalement été pilotées par des structures non-Samis, tel qu'on l'a vu plus tôt à travers l'exemple du rôle de STF qui

a massivement participé au développement du tourisme dans la région et qui détient toujours le monopole de la gestion de nombreuses structures touristiques. Cette vision du tourisme, évoquée par Liz-Marie au passé, tend toutefois à évoluer, et on constate que l'activité est même favorisée comme une manière positive de diversifier ses revenus (Pettersson, 2004). Lennart P. a créé une société de tourisme il ya plus de quinze ans, basée sur l'offre de tours guidés avec des rennes dans sa région natale (photos 23 et 23 bis). Lors d'un entretien réalisé en 2011, alors qu'il vient récemment de mettre fin à cette activité pour s'investir dans le développement du tourisme sami à une échelle plus large en promouvant la région de Sápmi comme une destination de tourisme culturel sami, il rapporte ses impressions sur les réticences exprimées au sein de sa communauté lorsqu'il a commencé ce premier projet. S'efforçant de souligner le contraste avec la situation actuelle, il explique que pour lui, la perception du tourisme s'est chargée plus positivement au cours des dernières années :

"I think so yes, it's a big change from when I started. Now tourism is not frightening anymore. [...] I think that people thought about it as another problem in the big basket of problems, like hydropower exportations, and predators and mining and tree cutting and everything else".(Lennart P., été 2011 à Gällivare)



Photo 23 & 23 bis. Lennart guidant des tours avec des rennes dans la toundra de sa région. Photos : site internet pathfinder.se (consulté en mars 2011), anciennement dédié à la promotion cette activité touristique, aujourd'hui terminée

Au cours des dernières décennies (en particulier les quinze dernières années), de nouvelles formes d'activités touristiques, plus formelles, ont en effet été développées par le Samis, nuançant une forme plus passive d'économie spontanée (souvent un marché noir) développée autour du passage des touristes dans les zones où vivent les Samis (vente de pain, de poisson ou de rennes, transport en bateaux, etc.). Par exemple, dans le parc national Padjelanta (district Jokkmokk), trois des sameby locaux (communauté d'éleveurs) ont organisé une association touristique (Laponia Badjelanta Turism) dédiée à la gestion des refuges et des stations touristiques ponctuant le sentier Padjelanta,

et offrant ainsi la possibilité d'emplois saisonniers pour les habitants de la région (cf chapitre 9). Certains Samis, comme Per-Erik évoqué plus tôt, ont développé une activité de guides pour compléter leurs revenus. Lennart comme je l'ai évoqué, a arrêté sa société de guidage pour travailler à la création et à la gestion d'une structure promouvant la Laponie comme une destination de tourisme culturel.

Ces exemples, qui seront développés plus en détails dans la quatrième partie, montrent que le développement d'une activité touristique n'est pas seulement un moyen de générer des revenus, mais qu'il s'agit aussi de mettre en valeur un « contenu sami » (une expression utilisée par Lennart), par les Samis eux-mêmes. Un enjeu important ici est donc de reprendre le contrôle de l'utilisation de ces « contenus samis » dans le cadre de l'industrie du tourisme, tel qu'évoqué par Lennart. Ainsi, parmi les diverses possibilités qui s'offrent dans la région pour compenser le déclin de l'élevage de rennes, le tourisme est de plus en plus envisagé comme une solution complémentaire. A travers la métaphore du fruit que Per-Erik a longuement filé lors de notre entretien, il a insisté sur le rôle que peut jouer le tourisme pour avertir le public sur les menaces et les défis posés par le morcellement des terres samies. Il voit dans le tourisme un moyen pour lui - en tant que Sami - de présenter les défis actuels de sa communauté et de son environnement - c'est-à-dire les siens - au monde. Cette « mise en scène de sa vie quotidienne » (Goffmann, 1959) sur la scène touristique constitue dans le même temps un moyen de contrer les industries qui, progressivement, «prennent l'oxygène du fruit» (« take the oxygen from the fruit ») et «tuent les terres samies et la culture » (« kill the Saami lands and culture ») (Per-Erik K., 2011), justement en donnant à voir au monde les défis et les contraintes qu'elles posent aux Samis dans leur quotidien.

Au cours des dernières années, le tourisme est de plus en plus envisagé comme une alternative (et surtout comme une activité complémentaire dans laquelle les Samis peuvent s'impliquer) à un développement basé sur davantage d'exploitation des ressources par les industries extractives. Nous allons voir dans la partie suivante que cette tendance s'illustre très clairement en relation au récent projet Patrimoine mondial.

*

* *

Conclusion

Si l'ensemble complexe des dynamiques qui s'articulent sur ces territoires jouent un rôle dans la réalité locale telle qu'elle est aujourd'hui constituée, l'évolution du tourisme a une place toute particulière. Cette forme de l'usage du territoire est multiple. Le tourisme se diffuse à travers l'ensemble du territoire, et est en contact avec tous les enjeux qui touchent le développement de cette région. Ces usages croisés du territoire tendent donc à façonner les divers intérêts qui lui sont associés. En étudiant les interconnexions entre le tourisme et les autres formes du développement, si tant est que l'on puisse les identifier clairement, ces zones de contact nous permettent de comprendre comment évolue une réalité locale en partie imprégnée par ce phénomène touristique.

Cela en fait à la fois un objet d'étude complexe, mais aussi un objet révélateur des dynamiques locales qui se jouent autour de lui, comme nous avons pu le voir dans les deux derniers chapitres. En particulier, les formes actuelles de son développement sont la résultante à la fois d'une histoire touristique, marquée par des traditions touristiques de visites de ces régions, mais aussi de son appropriation locale par la communauté d'accueil des zones investies par ce phénomène. C'est plus précisément autour de cette dernière question que va s'articuler à présent notre réflexion, dans le chapitre suivant, en éclairant ces dynamiques à la lumière de ce que nous révèle la mise en mouvement des acteurs autour des questions du patrimoine mondial.

PARTIE III.

LES ENJEUX TOURISTIQUES D'UNE LABELLISATION « SITE NATUREL ET CULTUREL DU PATRIMOINE MONDIAL »

Introduction

1. Deux sites mixtes du Patrimoine mondial de l'Unesco

Laponia a été classé sur la Liste du patrimoine mondial en 1996 et Pyrénées Mont-Perdu en 1997. Dans le chapitre précédent, nous avons décrit les évolutions marquantes qui ont façonné ces deux régions au cours du dernier siècle, essentielles avant d'aborder la question du lien entre labellisation « Patrimoine mondial » et tourisme. Il nous fallait en effet mettre en lumière les relations entre les enjeux locaux du développement (en particulier celui du tourisme) et les processus dans lesquels s'insère, dans les années 1990, le classement de ces deux sites comme un « Patrimoine universel exceptionnel ».

Le label Unesco est couramment appréhendé à travers l'opportunité qu'il représente d'attirer un tourisme lié à la mise en lumière des sites. Bien qu'il soit en principe un outil conçu pour la protection et la signalisation de sites remarquables, on en espère parallèlement des retombées en termes de développement économique et social, en particulier grâce au tourisme. Pourtant, pour le Centre du patrimoine mondial en charge d'appliquer la *Convention concernant la protection du patrimoine mondial, culturel et naturel* (1972), la question du tourisme n'est pas une dimension de premier plan dans le processus d'inventaire et de conservation de ce patrimoine. Au contraire, ce sont les questions de protection et de préservation qui prévalent, comme l'affiche leur triple objectif : « identifier, protéger et préserver le patrimoine culturel et naturel à travers le monde considéré comme ayant une valeur exceptionnelle pour l'humanité » (résumé formulé par le site officiel du Centre du patrimoine mondial, whc.unesco.org, 2013). L'identification renvoie à la production de la Liste du patrimoine mondial, qui répertorie les biens considérés comme des héritages de l'humanité. Il s'agit avant tout de les transmettre aux générations futures en préservant leur intégrité. Leur fréquentation touristique n'est donc pas un objectif clairement établi. Cependant,

il est aujourd'hui largement démontré que le Patrimoine mondial agit comme une marque de qualité pour les touristes (Leask & Fyall, 2006 ; Gravari-Barbas & Jacquot, 2008 ; Di Giovine, 2008). Les sites qui cherchent à obtenir ce classement aspirent à l'utiliser comme tel :

« Nombreux sont les sites qui, après avoir milité pour réussir leur inscription sur la Liste du patrimoine mondial, après avoir travaillé avec beaucoup de conviction pour franchir les nombreuses, difficiles et coûteuses étapes avec, en arrière-pensée, l'espoir du développement touristique, souhaitent valoriser cette inscription à des fins touristiques, sans pour autant y parvenir ». (Bourdeau et al., 2012: 5)

Bourdeau et ses collaborateurs (2012) soulignent cependant ici que malgré les attentes, la relation de causalité entre classement au Patrimoine mondial et évolution de la fréquentation touristique des sites est loin d'être évidente, comme cela a déjà été démontré par d'autres auteurs (notamment Hall & Piggin, 2001 ; Prudhomme, 2008). Si hausse de la fréquentation il y a, il reste difficile d'affirmer qu'elle est imputable au classement d'un site plus qu'à la croissance des flux touristiques (Bourdeau et al., 2012).

2. Processus de candidature et conditions du classement

Les deux sites ont en commun d'avoir été classés par l'Unesco sur la base de critères mixtes, c'est-à-dire naturels et culturels. Cette catégorie mixte correspond à l'une des trois catégories selon lesquelles sont répertoriés les 962 biens inscrits en 2013 :

- 745 biens culturels,
- 188 biens naturels,
- 29 biens mixtes.

Être classé sur la base de critères mixtes renvoie d'emblée à une complexité qui souligne une juxtaposition de lieux ou de monuments à la fois naturels et culturels. Notons que dans ce type de sites, les caractéristiques naturelles et culturelles ne sont pas nécessairement combinées, contrairement à la désignation de « paysage culturel » apparue en 1992, qui suppose systématiquement une coévolution entre un substrat naturel et un groupe social. Un site mixte, au contraire, peut unir un territoire dont certaines zones sont reconnues pour leurs attributs naturels remarquables, voisines d'autres zones distinguées pour leurs caractéristiques culturelles.

Lorsque l'on s'intéresse au Patrimoine mondial de l'Unesco, deux textes sont fondamentaux. La *Convention concernant la protection du patrimoine mondial, culturel et naturel* de 1972, qui définit les enjeux et le dessein du Patrimoine mondial, et les *Orientations devant guider la mise en œuvre de la Convention du patrimoine mondial* (révisé en 2011), qui est le principal outil de travail pour tout ce

qui concerne l'inventaire et la gestion du patrimoine mondial. Pour figurer sur cette liste, les 962 biens remplissent deux conditions *sine qua non* :

- avoir une valeur universelle exceptionnelle,
- satisfaire à au moins un des dix critères de sélection (listés dans *Orientations devant guider la mise en œuvre de la Convention du patrimoine mondial*).

Aujourd'hui classés depuis plus de quinze ans, Laponia et Pyrénées-Mont Perdu répondent bien entendu à ces deux conditions. C'est d'ailleurs principalement à cet objectif qu'est destiné le long processus de candidature au classement, en apportant dans un dossier les preuves empiriques de l'adéquation des sites à ces exigences. Je l'évoquerai pour chacun des cas dans la suite de ce chapitre.

Une précision nous intéresse ici : la nature des critères sur lesquels les sites ont *obtenu* leur classement. J'insiste ici sur la phase de l'« obtention », qui renvoie à des critères n'étant pas toujours exactement ceux sur lesquels les sites sont présentés comme candidats à l'inscription. C'est le comité d'évaluation qui décide de l'adéquation des critères sur lesquels chaque bien est finalement inscrit. Ces critères listés et définis par les *Orientations devant guider la mise en œuvre de la Convention du patrimoine mondial* (révisées en 2011) sont divisés en deux catégories : les six premiers renvoient aux critères culturels et les quatre derniers aux critères naturels. Par définition, les biens mixtes reposent donc sur au moins un critère de chacune de ces catégories, tandis que les biens soit uniquement culturels, soit uniquement naturels renvoient exclusivement aux critères de la catégorie appropriée.

3. Critères retenus pour les deux sites étudiés

Laponia et Pyrénées-Mont Perdu répondent chacun à cinq de ces dix critères de sélection, parmi lesquels quatre leur sont communs :

- iii. apporter un témoignage unique ou du moins exceptionnel sur une tradition culturelle ou une civilisation vivante ou disparue ;
- v. être un exemple éminent d'établissement humain traditionnel, de l'utilisation traditionnelle du territoire ou de la mer, qui soit représentatif d'une culture (ou de cultures), ou de l'interaction humaine avec l'environnement, spécialement quand celui-ci est devenu vulnérable sous l'impact d'une mutation irréversible ;
- vii. représenter des phénomènes naturels ou des aires d'une beauté naturelle et d'une importance esthétique exceptionnelles ;
- viii. être des exemples éminemment représentatifs des grands stades de l'histoire de la terre, y compris le témoignage de la vie, de processus géologiques en cours dans le développement

des formes terrestres ou d'éléments géomorphiques ou physiographiques ayant une grande signification.

Un cinquième critère est exclusif à chaque site.

Pour *Pyrénées-Mont Perdu*, il s'agit du critère iv :

- offrir un exemple éminent d'un type de construction ou d'ensemble architectural ou technologique ou de paysage illustrant une ou des périodes significative(s) de l'histoire humaine.

Pour *Laponia*, le critère ix lui est spécifiquement attribué :

- être des exemples éminemment représentatifs de processus écologiques et biologiques en cours dans l'évolution et le développement des écosystèmes et communautés de plantes et d'animaux terrestres, aquatiques, côtiers et marins.

On remarque qu'il s'agit pour le cas de Laponia d'un critère entrant dans la classification des critères naturels, alors que pour Pyrénées-Mont Perdu, il s'agit au contraire d'un critère supplémentaire soulignant la dimension culturelle du site.

En plus d'être un site mixte, Pyrénées-Mont Perdu est aussi inscrit dans la catégorie des « **paysages culturels** », créée en 1992 pour définir les « œuvres combinées de l'homme et de la nature » (Convention du Patrimoine mondial, 1992). La catégorie des paysages culturels est subdivisée en trois catégories. Le site pyrénéen renvoie à la seconde :

*« La deuxième catégorie est le **paysage essentiellement évolutif**. Il résulte d'une exigence à l'origine sociale, économique, administrative et/ou religieuse et atteint sa forme actuelle par association et en réponse à son environnement naturel. Ces paysages reflètent ce processus évolutif dans leur forme et leur composition ».* (Site du Centre du patrimoine mondial. whc.unesco.org)

Le « paysage essentiellement évolutif » est une sous-catégorie renvoyant elle-même à deux subdivisions :

- un **paysage relique** (ou fossile) est un paysage qui a connu un processus évolutif qui s'est arrêté, soit brutalement soit sur une période à un certain moment dans le passé. Ses caractéristiques essentielles restent cependant matériellement visibles ;
- un **paysage vivant** est un paysage qui conserve un rôle social actif dans la société contemporaine étroitement associé au mode de vie traditionnel et dans lequel le processus évolutif continue. En même temps, il montre des preuves manifestes de son évolution au cours des temps.

Pyrénées Mont Perdu appartient donc à cette dernière catégorie, et est reconnu pour ses « paysages essentiellement évolutifs vivants ».

	Laponia	Pyrénées-Mont Perdu
Critères culturels	I	I
	II	II
	III	III
	IV	IV
	V	V
	VI	VI
Critères naturels	vii	vii
	viii	viii
	ix	ix
	X	X

Tableau 6. Les critères de sélection de Laponia et Pyrénées-Mont Perdu

Ces critères universaux, appliqués à l'ensemble des biens inscrits, sont déclinés pour chaque bien dans une description plus fine de la réalité à laquelle ils font référence. Il s'agit de ce que le Centre du patrimoine mondial, organe de l'UNESCO gérant les questions relatives à la Convention du patrimoine mondial, nomme la « justification de l'inscription ». Elle est étayée dans une version courte et une version longue de la « description du bien ». Cette justification s'appuie sur les données qui ont été fournies dans les dossiers de candidature des sites et qui ont ensuite fait l'objet d'expertises par les deux organisations consultatives référentes, en charge de juger de l'adéquation des candidatures pour leur inscription sur la Liste du patrimoine mondial : l'Union internationale pour la conservation de la nature (UICN) pour les critères naturels et le Conseil international des monuments et des sites (ICOMOS) pour les sites culturels.

Voyons maintenant plus spécifiquement ce qu'il en a été des projets de labellisation pour les deux études de cas. Comment ont émergé localement ces projets de classement et par qui sont-ils portés ? A quelles visions des régions renvoient-ils ? Que traduisent ces catégories d'échelles mondiales de la réalité des sites ? Je suivrai ici la méthode développée par Marie Roué (2011, 2013) pour l'analyse du conflit qui a précédé et suivi la création de Laponia, qui met l'accent sur ce qu'il se passe avant le classement pour mieux comprendre ce qu'il se passe après. Cela nous permet d'envisager les deux études de cas à travers les processus dynamiques qui s'orchestrent autour de la labellisation, et au cours desquels l'inscription des sites ne constitue qu'un moment donné.

Chapitre 6

Pyrénées-Mont Perdu : des conflits paralysants

Lorsque j'ai débuté mes enquêtes de terrain sur la question du classement au Patrimoine mondial de l'Unesco du site Pyrénées-Mont Perdu, un premier constat m'a frappé : je recevais une réaction très prudente de la part de mes interlocuteurs, qui évoquaient le sujet à travers une dimension avant tout conflictuelle. Nous allons voir que la labellisation de ce site a été le catalyseur de tensions entre des visions opposées à la fois de la région et du développement local.

1. L'éloquence de la méfiance

L'un de mes tous premiers entretiens, avec un agent du Parc national sur lequel repose le site classé, illustre de manière intéressante les réserves auxquelles je me suis heurtée en abordant le thème du Patrimoine mondial avec les acteurs locaux. Des réserves qui expriment un inconfort marqué face aux divers problèmes que leur évoque la labellisation.

Dès le début de l'entretien, plus qu'une prudence, je constate une méfiance de mon interlocuteur vis-à-vis de ma démarche. Lors d'une brève discussion téléphonique préalable, nous avons convenu d'un rendez-vous et je lui avais présenté sommairement l'objet de ma sollicitation. Dès mon arrivée à ce rendez-vous, l'agent du parc m'interroge longuement ; de manière intéressante, les rôles « enquêteur » - « enquêté » sont complètement inversés et je me vois questionnée sur l'objet de ma venue, de mon travail, sur l'institution dont je dépends et son intérêt à me faire travailler dans la région, sur les personnes que j'ai déjà rencontrées sur le terrain, sur les contacts que l'on m'a indiqués, et finalement sur ma légitimité à mener des enquêtes de terrain et à m'intéresser au Patrimoine mondial. Je réponds honnêtement, tout en cherchant à ne pas trop déflorer mon enquête et à comprendre ce qui préoccupe mon interlocuteur. Alors qu'il semble invoquer un défaut protocolaire, « moi je vous avoue que je suis un peu surpris, même, d'autant que c'est de la part du Muséum d'histoire naturelle, qu'on ne vous ai pas listé quand même des contacts », il apparaît progressivement qu'il s'agit davantage d'un inconfort à évoquer une question sensible, autour de laquelle gravitent des acteurs en conflits ouverts. Une fois rassuré sur ma démarche, mon interlocuteur commence à m'expliquer ses réticences :

« A Gavarnie, pour le Patrimoine mondial, il y a un contexte naturel et culturel qui est très légitime, puisque ça a été inscrit au Patrimoine mondial, mais il y a un contexte politique qui est

exécration. Et c'est très regrettable, c'est très regrettable surtout pour le Patrimoine mondial. Et c'est exécration parce que ça butte essentiellement sur ce qui me semble à moi être un détail, c'est la poursuite du festival de théâtre à Gavarnie, où, d'un côté, nous avons les élus locaux ou du département, qui soutiennent à fond le festival, et de l'autre côté, une association, l'association qui a été un peu la cheville de la création de ce Patrimoine mondial.

[...] Donc, on a fait deux blocs, et moi j'ai l'impression, c'est une impression que j'ai hein, je ne dis pas que c'est la vérité, que nous, établissement public, Parc national, on est entre les deux, on veut comment dire, on est à l'écoute des locaux, de l'autre côté, moi je ne suis pas insensible non plus aux arguments de cette association, et aussi, à ce qui a été retenu par les experts de l'Unesco.

[...] Alors, on est là, et on attend. Donc on est très mal. [...] En plus c'est moi qui ai ce dossier localement, donc je ne fais que représenter le directeur, je ne suis pas bien là-dessus, dans cette situation ». (Agent du Parc national des Pyrénées, hiver 2010 à Luz)

Il poursuit en me proposant d'écourter notre entretien et de revenir plus tard pendant mon séjour, une fois que j'aurais rencontré les personnages portant les positions qui animent ce conflit.

« Après, une fois que vous aurez eu ces contacts, je préférerais que vous reveniez me voir et je pourrais vous dire des choses. Mais j'ai envie d'abord que vous sachiez où sont les pions ». (Op.cit.)

A ce moment-là de mon enquête, c'est-à-dire la première semaine, je ne saisis pas encore l'ampleur des difficultés posées par la question du Patrimoine mondial à laquelle je m'intéresse, même si j'ai connaissance des difficultés liées à ce label et notamment des réserves qui ont été émises lors de son inscription, menaçant le site, près d'une dizaine d'années plus tard, d'être classé sur la Liste du patrimoine mondial en péril. La rencontre avec un interlocuteur, qui se définit comme neutre vis-à-vis d'un conflit au milieu duquel il se retrouve, est finalement révélatrice de profondes tensions liées au Patrimoine mondial dans cette région. Elle est exemplaire de la manière dont la méfiance entoure localement la thématique de la labellisation du site, une méfiance qui permet aussi de mieux comprendre les visions locales du label.

Dans l'extrait d'entretien ci-dessus, mon informateur évoque « deux blocs », qui opposent des locaux (« on est à l'écoute des locaux ») et une association (« la cheville de la création de ce Patrimoine mondial »). Entre ces deux blocs, il souligne que des acteurs comme lui se retrouvent pris entre deux camps. Commençons par observer, comme il le suggère « où sont les pions », et voyons comment et pourquoi cette situation est vécue si difficilement par une partie des acteurs. Pour cela, il est utile de reprendre dans un premier temps la chronologie du processus de labellisation et de comprendre sur quelles conceptions repose la création de ce site du Patrimoine mondial.

2. Un projet né de la sensibilité paysagère d'intellectuels

2.1. L'expérience déterminante d'un guide de haute-montagne

L'idée d'inscrire une zone des Pyrénées centrales sur la Liste du patrimoine mondial a été tout d'abord celle de Patrice de Bellefon. Il vit dans la région, à Gèrde (et non Gèdre), dans une vallée voisine du site envisagé pour le classement, et est connu comme un guide de haute montagne de renom et un écrivain, c'est-à-dire un homme érudit qui a une grande expérience de la montagne à travers le monde. Divers interlocuteurs lient cette riche expérience à l'origine d'une volonté de mettre en lumière les montagnes de sa région :

« Il est guide de montagne. C'est quelqu'un qui a parcouru un peu le globe, en tant que guide, et puis il a vu des sites du Patrimoine mondial, Machu Picchu, etc. et puis il s'est dit, ben ici on a quelque chose d'exceptionnel ». (Lionel M., hiver 2010 à Gavarnie)

Patrice de Bellefon lui-même met en avant son expérience de guide dans des montagnes du monde, qui lui a inspiré l'idée d'une candidature pour Pyrénées-Mont Perdu :

« Ben exactement, je suis revenu du monde, de mon métier de guide avec la focale mondiale. J'ai vu plein de montagnes dans le monde, et certaines d'entre elles étaient déjà au Patrimoine mondial. Et je connais très bien les Alpes. Bien entendu. Le Pérou, l'Islande, le Kenya, l'Irlande. Le Kenya y est d'ailleurs, le Pérou y est aussi. Et j'ai dit le Mont Perdu... Par ses qualités à la fois naturalistes et surtout culturelles méritait d'y être. Voilà, c'est tout ». (Patrice D.B., hiver 2010 à Gèrde)

L'exploration des montagnes du monde et le constat de la mise en patrimoine de certains massifs l'ont amené à appréhender d'un nouveau regard les montagnes de sa propre région. Leurs spécificités naturelles et culturelles présentaient, par comparaison avec ces autres massifs, une richesse méritant elle aussi d'être soulignée. A la prégnance du parcours personnel de ce personnage, l'ancien maire du village de Gavarnie (en fonction durant la période où se montait le dossier de candidature) ajoute l'apport déterminant de son expérience en matière de dossiers de labellisation :

« Patrice de Bellefon, alors lui il a été le moteur de l'idée Gavarnie au Patrimoine mondial. C'est lui qui est allé dans toutes les montagnes du monde, qui sait écrire très bien, et qui était membre de la commission nationale des sites à Paris. Donc il avait son réseau aussi à Paris. Donc c'est lui qui est venu me voir pour avoir un label pour le cirque de Gavarnie, les Canyons. Donc ça fait un ensemble paysager. Donc moi j'ai été convaincu tout de suite, ça il le sait. Parce que je me suis dit après tout, ça n'amène pas de contraintes supplémentaires, c'était déjà un site classé, bon il était déjà protégé ». (Ancien maire de Gavarnie, été 2010 à Gavarnie)

L'ancien maire souligne avoir spontanément soutenu l'idée de cette candidature pour sa collectivité, accordant confiance et crédit aux avantages que pouvait offrir l'expérience et le réseau du porteur

du projet. Ce dernier attire d'ailleurs lui-même l'attention sur cet atout, remarquant que son expertise en tant qu'ancien membre de la commission supérieure des sites a largement contribué au succès de ce projet :

« J'ai été membre de la commission supérieure des sites 24 ans. Je crois que j'ai le record de France. Ça veut dire que j'ai vu à peu près au minimum 1000 dossiers, d'aménagement de sites classés, de grands sites patrimoines mondiaux sur le territoire national. Comme on en voyait entre 6 et 8 par séance et il y avait 10 séances par an. Vous voyez... Il y en avaient qui se répétaient. Le Mont Saint Michel on a dû le voir au moins 20 fois. Et c'est pour ça que les idées qui viennent de l'extérieur elles ne viennent pas de moi spécialement, elles viennent de ces 1000 dossiers que j'ai eu à étudier en étant membre de la commission supérieure des sites ». (Patrice D.B., hiver 2010 à Gèrde)

A travers son expérience déterminante en matière d'expertise de dossiers patrimoniaux, Patrice de Bellefon soulève un point intéressant : il insiste sur le fait que « les idées qui viennent de l'extérieur » ne viennent pas tant de lui que des quantités de dossiers qu'il a traités dans ce cadre. Il se positionne ainsi comme le messenger d'un savoir-faire ayant permis d'enrichir le dossier de candidature de Pyrénées-Mont Perdu. Cette précision, nous le verrons, présage d'une position de défense anticipant des accusations contre un projet allochtone.

2.2. Une association à l'origine d'un dossier bénévole

A la fin des années 1980, Patrice de Bellefon s'entoure d'amis pour promouvoir l'obtention du label. Deux autres membres en particulier fournissent un apport conséquent au dossier : Michel Clin, Professeur d'Université et spécialiste de la tectonique pyrénéenne et de l'environnement montagnard et désertique, et Jean-François Le Nail, archiviste, directeur des archives départementales des Hautes-Pyrénées (Revue Pyrénées, version en ligne revue-pyrenees.com consultée en mars 2012). Les réflexions débutent dans ce cadre informel. En 1992, le groupe s'institutionnalise et fonde une petite association, *Mont-Perdu-Patrimoine-Mondial (MPPM)*, évoquée plus tôt comme la « cheville de la création [du site] du Patrimoine mondial » et qui portera jusqu'à son inscription le dossier de candidature de ce site. On remarque que si le site qui sera finalement inscrit en 1997 est transfrontalier, l'initiative de son classement est surtout portée par ce groupe français et débute 10 ans plus tôt.

2.2.1. Une proposition basée sur l'unité naturelle d'un site transfrontalier

« Notre premier courrier, vous voyez, j'ai tous les courriers là. Notre premier courrier, il était au [Ministre de l'environnement] en 1987. [...] Je lui demandais ce qu'il en pensait ». (Op.cit)

A partir de 1987, s'entame une réflexion sur une candidature au Patrimoine mondial du massif du Mont Perdu, alors pensée sur la base de critères uniquement naturels. Outre sa richesse faunistique

et floristique caractérisée par un fort taux d'endémisme, l'idée est de montrer l'unité paysagère, biogéographique et géologique des deux versants pyrénéens et d'effacer ainsi la frontière internationale qui les sépare pour faire valoir son unité naturelle. Pour l'initiateur du projet, la « transfrontalité » du site est essentielle : les dynamiques et les processus naturels qui unissent les deux versants sont indissociables. Ils alimentent une première réflexion visant à proposer une candidature pour faire reconnaître l'exceptionnalité d'un site naturel transfrontalier.

« Parce qu'il y a à la fois la barrière climatique, qui s'explique, et surtout, quand il y a eu les périodes de glaciations, euh côté espagnol, il y a des plantes qui avaient une origine plus ou moins tropicale. Et qui se sont adaptées à la nouvelle climatologie. Donc déjà, au niveau naturaliste... Et on ne peut pas couper le phénomène géologique. Au niveau de la découverte du site. Puisque ce sont des nappes de charriage qui concernent les nappes du Mont Perdu. Donc elles sont forcément en France et en Espagne. Il y a des rejets sur le versant sud, qui sont significatifs, ils sont beaucoup plus lisibles dans le canyon d'Ordesa et dans le canyon d'Aniscle, qu'ils ne le sont en France, sauf peut être pour des spécialistes. Donc déjà, point de vue touriste naturaliste, c'est pas possible [de séparer les deux versants] ». (Patrice D.B., hiver 2010 à Gèrde)

Cette proposition de classement sur des critères naturels s'appuie largement sur des systèmes de protection de la nature qui préexistent à l'idée d'une labellisation Unesco (cf chapitre 4). Attestant de ses qualités naturelles et de son bon état de conservation, ces divers systèmes de protection (parmi lesquels les Parcs nationaux espagnols et français, créés respectivement en 1918 et en 1967 jouent un rôle majeur) influencent une vision du site dominée par ses qualités naturelles.

Sur son site Internet officiel, l'association MPPM présente cependant cette première proposition, adressée au Centre du patrimoine mondial en 1995, comme prématurée.

« Nous rédigeons un premier document concernant le "paysage naturel" communiqué aux instances du Patrimoine mondial, dès le mois de mai 1995. C'était une initiative prématurée que nous renouvellerons, cette fois complétée par le nécessaire accord de l'Espagne, en juin 1996 ». (Site de l'association MPPM, mppm.org)

Cet extrait suggère que le projet n'est pas tout à fait abouti par deux aspects : il n'avait pas pris en compte le « nécessaire accord de l'Espagne », pendant sud du site transfrontalier, et le dossier ne concernait alors que le « paysage naturel », occultant comme nous allons le voir sa dimension culturelle, qui sera plus tard prise en compte.

2.2.2. Des critères culturels par accident ? L'exemple du métissage des visions

La première proposition de l'association est donc fondée sur l'unité et les valeurs naturelles du site. Cependant, lors de leur visite en 1996, les experts de l'UICN mandatés pour l'évaluer soulignent l'importance de sa dimension culturelle, qui pourrait être intégrée à la proposition de candidature, comme l'association le rapporte :

« Les experts UICN visitent le terrain début juillet 1996, sous la conduite de notre association. Outre les aspects naturalistes, ils témoignent d'un réel intérêt à l'égard du contenu culturel - historique- de ces paysages montagnards transfrontaliers ». (Op.cit.)

C'est de manière surprenante un touriste Anglais (Andrew), passant régulièrement ses vacances d'été à Gavarnie depuis une trentaine d'années, qui a amorcé ce tournant. Chaque année, il loge un mois dans le gîte de l'ancien maire de Gavarnie, avec qui il a progressivement noué une amitié. A travers ce petit réseau, ce personnage passionné par la région s'est trouvé sollicité lors de la visite des experts internationaux pour aider à la traduction français-anglais.

« Je peux dire que c'est de ma faute que le label est pour les deux, naturel et culturel. Je crois au début que ce n'était que naturel ». (Andrew, été 2010 à Gavarnie)

Racontant l'anecdote avec mesure, il montre comment il s'est retrouvé, un peu par hasard, à accompagner sur le terrain la délégation accueillant les experts. A l'occasion d'un passage surplombant Gavarnie, il explique avoir exposé son point de vue aux experts de l'UICN sur les paysages qu'ils traversaient, en soulignant qu'ils ne seraient pas ainsi sans l'intervention des paysans. La sensibilité d'Andrew au lien entre les paysages et l'activité agro-pastorale traditionnelle est devenue évidente à mesure de ses séjours répétés à Gavarnie, à l'occasion desquels il a commencé à participer aux travaux pastoraux aux côtés du maire, lui-même éleveur :

« C'est devenu toute une histoire. Jean-Jacques est devenu maire. Donc quand il est devenu maire, il avait du mal à faire aussi son travail de foin. Donc là, on a commencé à l'aider. Mais on ne savait pas, il a fallu qu'on apprenne. Alors une fois qu'on avait commencé, ici, si vous avez commencé, vous ne pouvez pas arrêter. On ne se plaint pas. Chaque année, on venait au mois de juillet, on faisait de la montagne et en plus on faisait le foin. Qui est fait d'une manière, je dirais semi-traditionnelle. Parce que traditionnelle, c'est très dur, c'est tout à la main. Ici, il y a des petits engins de montagne pour faucher. On a commencé avec ça, après il faut aller voir les moutons en montagne ». (Op.cit.)



Photo 24 Agriculteurs fauchant à la main les pentes voisines de la maison de l'ancien maire de Gavarnie, à la sortie du village en direction du cirque, été 2010. Photo : F. Revelin.

Andrew partage une vision de la région où le pastoralisme est intrinsèquement lié aux paysages, mais il a conscience qu'il s'agit là d'un regard forgé par ses immersions régulières dans la vie locale depuis une trentaine d'années et par sa participation aux travaux pastoraux. A ce titre, comme il le souligne dans son témoignage, il n'est pas évident que tous les usagers de la région, et en particulier les touristes, perçoivent les paysages à travers leurs liens aux activités des hommes :

« Je pense que le pastoralisme donne quelque chose de plus large, au sens que partout où on va en montagne, on va trouver des troupeaux. Mais encore une fois, on va voir que tous les touristes ne sont pas nécessairement debout assez tôt pour voir les hommes qui pratiquent ça. Les bergers visitent leurs troupeaux tôt le matin. Donc les touristes, c'est que les montagnards qui voient. Le pastoralisme a un impact sur le fait que tout est entretenu. Le fait que ici, les foins soient fait, ça fait partie du fait que les paysages, qu'on ait ce qu'on ait. Et encore, ça continue à changer, petit à petit il y a quand même plus de paysans qui arrêtent. Donc petit à petit, le paysage est en train de redevenir comme c'était pendant le Moyen-âge ». (Andrew, été 2010 à Gavarnie)

En discutant avec les experts sur cette vision des paysages locaux, une reconsidération de leur dimension culturelle s'est mise en œuvre. L'association Mont-Perdu-Patrimoine-mondial a immédiatement perçu l'intérêt de cette vision culturelle du paysage et a alors su constituer un dossier en adéquation avec les catégories de l'Unesco. Elle a poursuivi la réflexion en intégrant des

critères culturels à sa proposition et en axant la candidature davantage sur la dimension paysagère du site.

« Nous aurons encore besoin d'un an [en 1996] pour surmonter les derniers obstacles (accords officiels) et ultimes réticences. Une année dont nous profiterons pour modeler la demande d'une inscription au titre de "paysage culturel". Un dossier très complet est adressé à l'Unesco en mai 1997 fixant enfin les limites précises du périmètre proposé. L'expertise ICOMOS (Comité International des Sites et Monuments) se déroule en octobre 1997, toujours accompagnée par des membres de notre association durant tout le parcours ». (Site de l'association MPPM, mppm.org)

Il faut souligner le poids du contexte des années 1990, et de la création en 1992 de la catégorie des « paysages culturels ». L'évolution des catégories de l'Unesco explique en partie le glissement d'une première approche laissant prévaloir l'unique richesse naturelle du site, à une vision plus nuancée valorisant aussi sa dimension culturelle.

« Au début c'est le naturalisme. Pour tout dire, la vérité, je ne savais pas que ça existait culturel. Parce que le Patrimoine mondial remonte à 1972, et le concept culturel c'est 1992. Donc ça s'est fait en cours de route ». (Patrice D.B., hiver 2010 à Gavarnie)

Patrice de Bellefon rappelle ici que la réflexion autour de ce projet avait débuté à la fin des années 1980, c'est-à-dire avant que n'existe la catégorie des « paysages culturels ». A travers l'exemple de ce processus de candidature, il est intéressant de constater l'évolution des visions de la région par les porteurs du projet pour affiner leur dossier et mieux épouser les évolutions de catégories et de classements de l'Unesco. Si la catégorie des « paysages culturels » n'existait pas avant 1992, l'inscription sur la base de critères mixtes était déjà possible, nuancant la dichotomie nature-culture projetée par les catégories de l'Unesco, reflet de conceptions occidentales⁵⁰. La première proposition reflétait une conception des porteurs du projet qui reposait avant tout sur une vision naturaliste de la région et n'avait pas forcément intégré un point de vue de l'intérieur, celui du paysage des éleveurs. On pourrait *a posteriori* y voir l'expression du regard érudit d'un guide de haute montagne, pour qui le paysage de montagne est avant tout celui des hauts sommets, au-delà des étages montagnards où vit l'agriculture ; ou encore celui de naturalistes spécialistes de la géologie. La réflexion qui a été menée autour de cette candidature met néanmoins en lumière l'intrication progressive des influences de diverses sensibilités paysagères et des visions projetées par les catégories du Patrimoine mondial, qui participent à faire évoluer les perceptions.

⁵⁰ La dichotomie nature-culture s'inscrit dans une ontologie naturaliste propre aux cosmologies occidentales (Descola, 2005).

2.2.3. Un projet peu soutenu au départ

Outre les visions et la réflexion qui ont fondé l'essence du dossier et permis de définir les valeurs universelles exceptionnelles du site, le témoignage de Patrice de Bellefon relate un processus de candidature atypique dans la forme. En effet, le dossier a été monté sur la base du bénévolat de ses porteurs, c'est-à-dire les membres de l'association MPPM, faute d'implication financière de la part des collectivités locales à l'aube du projet :

« En 1997, une inscription, au Patrimoine mondial, c'était de l'ordre de 2 ou 3 millions. En comptant le dossier, l'étude, à un cabinet d'ingénierie. Donc quand moi j'ai eu l'idée, quel a été mon 1^{er} réflexe ? C'est d'aller voir le conseil général et régional, et de leur dire, on pourrait peut-être faire un Patrimoine mondial avec le Mont Perdu, il faudrait un petit peu d'argent. Ils se sont esclaffés de rire, en disant : 'euh si le Mont Perdu pouvait être Patrimoine mondial, y a longtemps que nous élus, on le saurait... Il n'en est pas question, vous êtes des rigolos...' Puis on l'a fait. Sans argent, rien du tout. Et ce livre, c'est une vulgarisation non vulgaire de notre dossier. Non seulement on l'a fait, mais on a eu double qualification, ça n'a rien coûté aux collectivités locales, et en plus de ça, notre dossier a servi d'exemple au Patrimoine mondial, pour montrer à des pays qui voulaient entrer au Patrimoine mondial et notamment des pays de l'est, comment il fallait faire un dossier pour entrer au Patrimoine mondial. Et du coup ça a été la vexation et la haine ». (Patrice D.B., hiver 2010 à Gavarnie)

Ce témoignage reflète la tension qui émerge dès les prémices du projet entre l'association et les collectivités territoriales locales. Alors que l'association a œuvré activement pour produire une expertise recevable par le Centre du patrimoine mondial, les collectivités croyaient peu en ce projet au départ et par conséquent, ne l'ont pas supporté financièrement. Seul l'appui des Parcs nationaux des deux versants est souligné par l'association. Certes il ne s'agit pas de financements pour soutenir le projet, mais d'un appui décrit comme « moral et logistique », incluant une dimension diplomatique.

« Dès 1993, le Parc-National français des Pyrénées occidentales, précédant son homologue espagnol, commence à apporter un soutien moral et logistique à l'association. Il servira, dès lors, de lien entre l'action bénévole et les Ministères responsables de l'élaboration et de la présentation du dossier à l'UNESCO ». (Site de l'association MPPM, mppm.org)

Pourtant, grâce à l'expérience des membres impliqués dans l'association, le dossier parvient à épouser les attentes du Centre du patrimoine mondial et retient l'intérêt des experts, aboutissant aux premières visites de terrains évoquées plus tôt (en 1996). Cette crédibilité auprès de ces instances internationales est pour l'initiateur du projet un vrai succès, d'autant plus que la qualité du dossier est reconnue comme exemplaire pour initier d'autres régions à la conception de dossiers de candidature. Une exemplarité renforcée par la publication, en 2000, d'un ouvrage de vulgarisation de la candidature, retraçant les valeurs de ce site, et préfacé par Mounir Bouchenaki, alors directeur par intérim du Centre du patrimoine mondial de l'Unesco.



Figure 31. Ouvrage de vulgarisation résultant du dossier scientifique ayant abouti à l'inscription de Pyrénées-Mont Perdu sur la Liste du patrimoine mondial en 1997. De Bellefon, Clin, Rocamora & Le Nail, 2000. *Tres Serol-Mont Perdu, Mémoire d'avenir*. Publié par l'association Mont-Perdu-Patrimoine-Mondial.

L'ouvrage de vulgarisation débute en insistant sur la qualité avérée du dossier de candidature produit par l'association, soulignant en creux une légitimité désormais reconnue par l'Unesco :

« Les auteurs de ce livre ont rédigé le dossier scientifique et culturel adressé aux experts de l'Unesco lors de la demande d'inscription du massif Tres-Serol-Mont-Perdu sur la Liste du patrimoine mondial. Leur vécu, leurs parcours des montagnes du monde, leurs connaissances des lieux ont éclairé et enrichi cet ouvrage. Ils ont été vivement encouragés par l'Unesco à éditer cette présentation illustrée de leur travail ». (De Bellefon et al., 2000 : 2)

Dès l'origine du projet, l'association considère qu'il est légitime qu'elle s'implique dans les décisions relatives au site et à sa gestion. C'est sur la persévérance et le volontariat de ses membres que repose l'obtention du label du Patrimoine mondial. Ce point nous permettra de comprendre comment les discordances vont progressivement se creuser entre cette entité et les collectivités locales, qui sont *de facto* impliquées dans la gestion du site à travers les territoires sur lesquels elles font autorité après le long processus de candidature porté par l'association. Il s'agit là des « deux blocs » qui vont commencer à s'opposer comme le soulignait plus tôt l'agent du parc.

Une telle opposition se comprend en particulier à travers le moment crucial de l'obtention du label, en 1997, et plus précisément à travers des conditions énoncées à cette occasion.

3. Une inscription aux conditions tacites

3.1. Une justification officielle redessinant les frontières pour affirmer une unité paysagère naturelle et culturelle

L'inscription officielle du site Pyrénées-Mont Perdu se fait en deux temps. Son classement est d'abord acté en décembre 1997 par la 21^{ème} session du Centre du patrimoine mondial de l'Unesco, puis une extension du site est intégrée en 1999.

Le comité reconnaît l'inscription du site selon la justification officielle suivante :

« Le Comité a inscrit le site sur la base des critères naturels (vii) et (viii). Le massif calcaire du Mont Perdu présente un certain nombre de formations géologiques classiques telles que des canyons profondément creusés et des cirques spectaculaires. C'est également un paysage exceptionnel avec des prairies, des lacs, des grottes, des montagnes et des forêts. De plus, la région présente un grand intérêt pour la science et la conservation. En ce qui concerne les valeurs culturelles, le Comité a inscrit le bien au titre des critères (iii), (iv) et (v) : la zone Pyrénées - Mont Perdu entre la France et l'Espagne offre un paysage culturel exceptionnel qui allie la beauté panoramique à une structure socio-économique qui a ses racines dans le passé et illustre un mode de vie montagnard devenu rare en Europe ». (Centre du patrimoine mondial, Rapport de la XXI^e session réunie à Naples, Italie, décembre 1997. Archives en ligne : whc.unesco.org/archive/)

On remarque que les valeurs naturelles du site sont largement axées sur son exceptionnalité d'un point de vue géologique. Le site Pyrénées-Mont Perdu est en effet remarquable par ses cirques glaciaires, versant français, et ses profonds canyons, versant espagnol, qui jouent un rôle majeur dans l'attractivité touristique de la région comme on l'a vu dans le chapitre 4. Il constitue un lieu privilégié pour observer facilement de telles formations, même pour un œil novice. On l'a évoqué à travers le cas du célèbre cirque de Gavarnie, qui s'offre facilement à la contemplation et permet, en un seul point de vue, de saisir la spécificité de ce type de monument naturel, par ses 1500 mètres de dénivelé brut et ses 14 kilomètres de circonférence. Cette spécificité lui vaut d'ailleurs son sous-titre : *Pays de cirques et de canyons*. Les valeurs culturelles reposent par ailleurs à la fois sur le paysage et sur la subsistance d'un mode de vie traditionnel de montagne « devenu rare en Europe » (*Op.cit.*). Il s'agit là de reconnaître les liens étroits entre le mode de vie agro-pastoral encore très présent dans les vallées du site, surtout côté français, comme dans la commune de Gèdre (les versants espagnols sont davantage sujets à la déprise), et la persistance des systèmes de transhumances internationales évoqués dans le chapitre 4, où les éleveurs aragonais partagent une partie des estives françaises suivant le modèle et les passages de transhumances séculaires.

Dans cette optique, la brève description complémentaire fournie par le Centre du patrimoine mondial insiste sur la transfrontalité du site, centrée sur le massif du Mont Perdu et incarnée tant par les valeurs naturelles que culturelles.

« Ce paysage de montagne exceptionnel, qui rayonne des deux côtés des frontières nationales actuelles de France et d'Espagne, est centré sur le pic du Mont-Perdu, massif calcaire qui culmine à 3 352 m. Le site, d'une superficie totale de 30 639 ha, comprend deux des canyons les plus grands et les plus profonds d'Europe sur le versant sud, du côté espagnol, et trois cirques importants sur le versant nord, plus abrupt, du côté français – formes géologiques terrestres classiques. Ce site est également un paysage pastoral qui reflète un mode de vie agricole autrefois répandu dans les régions montagneuses d'Europe. Il est resté inchangé au XX^e siècle en ce seul endroit des Pyrénées, et présente des témoignages inestimables sur la société européenne d'autrefois à travers son paysage de villages, de fermes, de champs, de hauts pâturages et de routes de montagne ». (Centre du patrimoine mondial, site Internet officiel : whc.unesco.org)

La mise en lumière des complémentarités entre les deux versants, tant du point de vue des phénomènes naturels que culturels, reprend un argumentaire largement défendu par l'association porteuse du projet. L'intérêt central du projet est en effet de revaloriser, sous l'égide des valeurs du Patrimoine mondial, des cohésions locales perçues comme très profondes entre les deux versants et de redessiner ainsi les frontières selon ces logiques. Il s'agit là d'une vision largement défendue par l'initiateur du projet et renforcée par l'assise que lui confère finalement l'obtention du classement ; il ne parle désormais plus de son projet et des conceptions de son association, mais évoque cette vision comme relevant de « l'esprit du Patrimoine mondial », de la « pensée mondiale » :

« Ce Patrimoine mondial, dans l'esprit de l'Unesco, dans l'esprit du Patrimoine mondial, de la pensée mondiale, on ne peut pas le couper par les frontières. Puisque le paysage culturel, qui est qualifié, ces sont des transhumances, ce sont des accords historiques entre les versants. Et la frontière n'existait pas. Elle n'existait pas, à tel point que quand il y avait royaume de France et royaume d'Espagne qui se faisaient la guerre, eux ne se faisaient pas la guerre ». (Patrice D.B., hiver 2010 à Gèrde)

Le classement du site apparaît donc comme un succès pour l'association qui en a été à l'initiative. Le principal point de modération, qui semble être un détail à ce moment-là, est la formulation par les experts de l'UICN de trois réserves concernant des éléments incongrus dans le site et pour lesquels il est théoriquement prévu de trouver progressivement des solutions, au lendemain du classement.

3.2. Le classement obtenu sous réserve de trois conditions

Les trois réserves émises dans les évaluations finales de l'UICN n'ont pas porté préjudice au classement du site. Elles attiraient simplement l'attention sur des « activités incongrues » dans ce type de site, pour lesquelles, au moment de l'évaluation, des procédures positives signalaient en principe une résolution assez rapide. C'est pourquoi ces trois éléments n'ont pas été fermement

présentés comme des conditions contraignantes et limitantes vis-à-vis de l'inscription du site ; ce qui aurait néanmoins été irréaliste puisque l'Unesco n'est pas une autorité contraignante d'une part, et que d'autre part, à ce stade, cette organisation aurait simplement pu choisir de repousser l'inscription du site d'autant d'années que nécessaire pour régler ces problèmes « d'incongruité » avant de prononcer son classement. Ces précisions faites, voyons de quoi il s'agit.

En lisant les évaluations de l'UICN, il faut aller chercher leur mention au détour d'un paragraphe du rapport qui pourrait facilement passer inaperçu. Et pourtant, nous arrivons bien là au cœur du conflit ; ces quelques lignes m'ont été citées à maintes reprises dans les entretiens avec les acteurs locaux. Elles sont pour beaucoup d'entre eux le sujet le plus connu à propos de leur site du Patrimoine mondial. Voici l'extrait en question :

« Plusieurs activités « incongrues » remarquées durant l'inspection de terrain ont déjà été exclues du Parc national des Pyrénées françaises. Il s'agissait notamment de la fermeture d'une route d'accès entre les cols de Tentes et de Bouchuro, du déplacement d'un parking dans le cirque de Troumouse et du déplacement du site festif de La Prade, dans le massif de Gavarnie ». (Rapport d'évaluation de l'UICN, 1997 : 22)

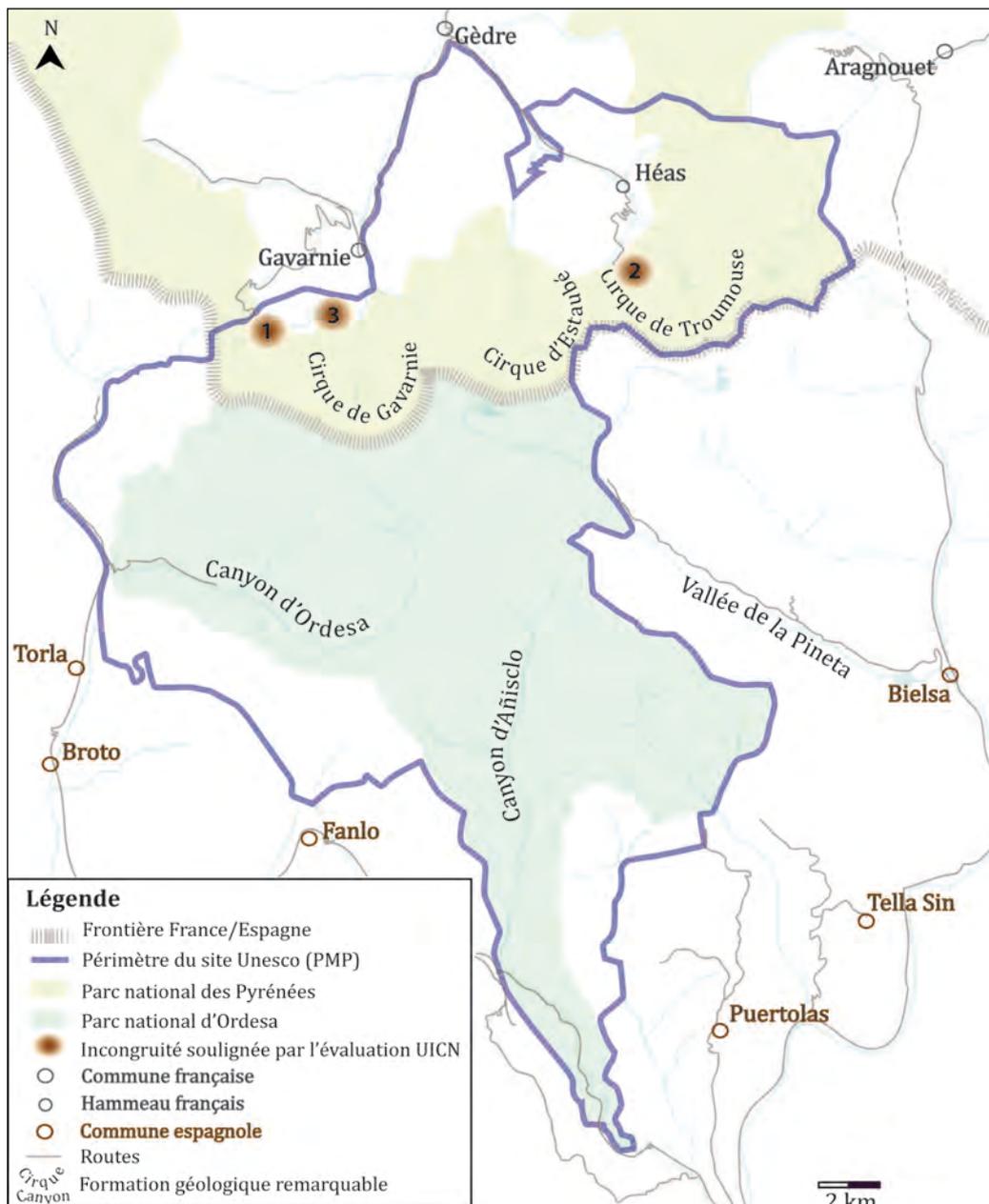
Dans cet extrait, l'expertise de l'UICN relate que ces incongruités sont déjà exclues du Parc national des Pyrénées françaises. Il est entendu que la même démarche doit être appliquée dans l'enceinte du site Unesco, dont une partie du périmètre ne recoupe pas celui du parc. Lionel M., l'actuel directeur des offices de tourisme de Gavarnie-Gèdre, qui a travaillé dans les années 2000 pour l'association MPPM, connaît bien le dossier. Il explique les attentes sous-jacentes à ces trois conditions de la part de l'Unesco, qui avaient fait l'objet d'accords tacites entre les diverses parties contractantes (les experts représentant la délégation Unesco s'étaient accordés sur ce point avec la délégation locale) et les désaccords qu'elles ont ensuite engendré localement :

« En 1996, quand il y a eu la visite des experts de l'Unesco, eux, ils ont posé trois conditions au classement, à la labellisation.

[1]. C'était, il y a une route qui monte jusqu'à la station de ski, là en hiver c'est une piste de ski, qui va jusqu'au col des Tentes, et du col des Tentes on peut aller jusqu'au col de Bouchuro, qui est la frontière espagnole. Ils ont demandé le recul de la route jusqu'au col des Tentes. Qui est toute la partie après la piste.

[2]. Ils demandent à Troumouse, euh, Troumouse est ici, et il y a une partie qui est en zone cœur du parc, et il y a la route qui monte jusqu'à un parking qui est en plein site. L'Unesco demande le recul jusqu'à minimum l'auberge qui est ici, qui s'appelle le plateau du Maillet, pour faire redescendre les voitures, qu'elles ne soient plus dans le cœur du site. Quand il y a du monde, parce qu'il peut y avoir beaucoup de monde, que ça fasse pas des, 'un élément incongru', comme ils le disent.

[3]. Troisième demande qui est la plus discutée on va dire, ils demandent le déplacement du festival qui se situe dans le cirque de Gavarnie. Tous les ans, fin juillet, il y a un festival qui se situe ici, dans ce qu'on appelle le plateau de la Courade, c'est-à-dire que si vous allez vers le cirque, il y a une petite montée, une descente, et après il y a un grand plateau. Là, il y a un festival de théâtre en plein air qui se déroule. Et là l'Unesco demande qu'il y ait un déplacement de ce festival, en disant que c'est 'incongru'. Ce qui se passe, c'est qu'il y a une opposition totale des populations, des élus, communaux et institutionnels, pour déplacer ce festival. L'Unesco et MPPM, ben eux ils militent pour le déplacer toujours et donc ça a été jusqu'à un point où ça a bloqué toute action ». (Lionel M. hiver 2010 à Gavarnie)



Carte 15. Localisation des trois activités présentées comme « incongrues » par le rapport d'évaluation de l'UICN au moment du classement du site. 1) la route du col des Tentes, 2) la route et le parking du cirque de Troumouse et 3) le festival de théâtre annuel sur le plateau de la Prade à Gavarnie. Source : Revelin (2013), modifié d'après Poussard, ARPE, 2001.

On remarque que les trois conditions, présentées par mon interlocuteur de manière plus détaillée que dans le rapport d'évaluation de l'UICN, ont trait à des problèmes d'aménagements principalement touristiques, de nature pérenne ou provisoire. En effet, les deux routes dont il est question sont ou ont été principalement utilisées pour un accès touristique au site. La première, celle du col de Tentes, avait été prévue à l'origine pour rejoindre l'Espagne. Sa construction ne s'est jamais achevée sur l'autre versant et elle a été essentiellement utilisée en été, par les randonneurs qui souhaitent marcher jusqu'à la Brèche de Rolland. Ce monument naturel très célèbre de la chaîne pyrénéenne n'est accessible qu'en randonnée en zone de haute-montagne (figure 32). Cependant, pour éviter une longue marche d'approche, certains randonneurs empruntaient cette route inachevée du col des Tentes avec leur véhicule, qu'ils déposaient sur le bas-côté avant d'entamer leur randonnée. La route néanmoins n'était adaptée ni à une forte affluence, ni au stationnement des véhicules. Sa fréquentation, en plus d'être « incongrue », présentait des risques, qui ont rapidement amené à sa fermeture. La zone est aujourd'hui laissée à la reprise naturelle de la végétation.

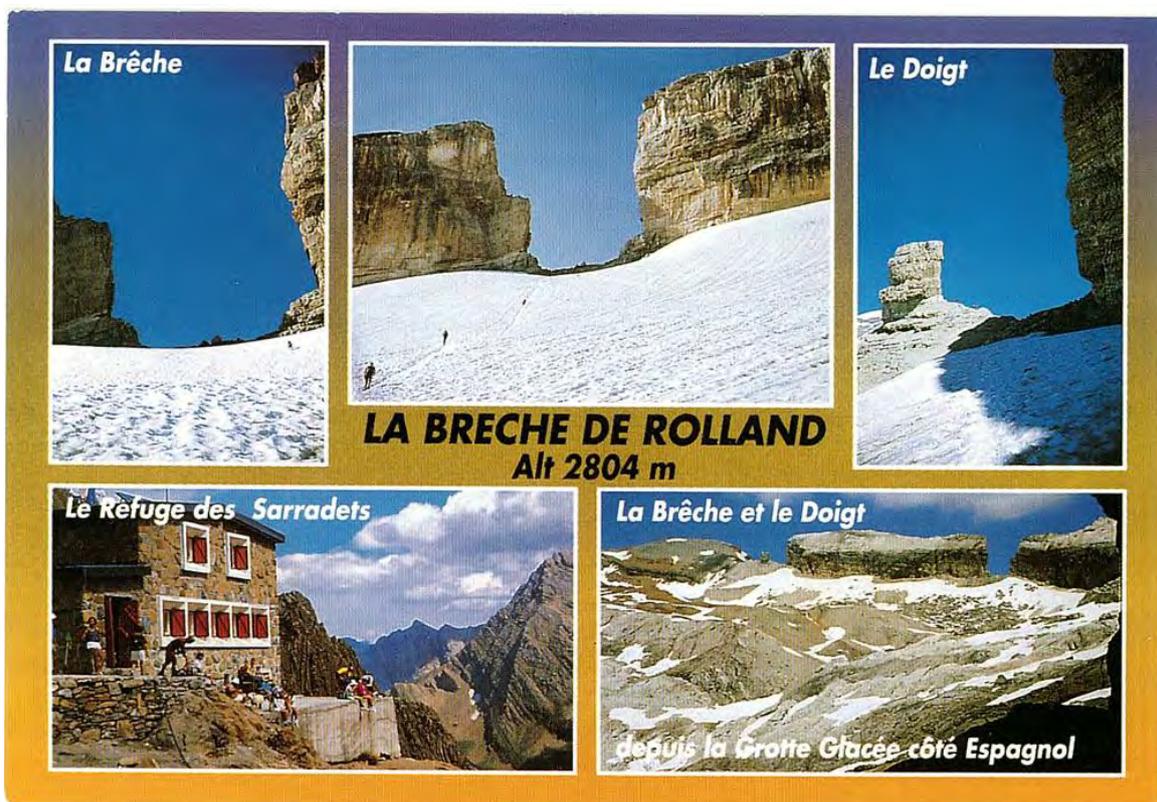


Figure 32. Carte postale de la brèche de Rolland, célèbre monument naturel des Pyrénées centrales permettant le passage entre la France et l'Espagne.

La seconde route, celle du col de Troumouse, aboutit à un parking. Egalement située en zone de haute-montagne, elle permet l'accès aux touristes, mais aussi aux divers usagers locaux au cirque de Troumouse. Des éleveurs en particulier estivent leurs troupeaux dans le cirque et utilisent la route

pour les visites hebdomadaires. Les agents du Parc national accèdent aussi en véhicule à cette zone, à partir de laquelle il est plus aisé de s'enfoncer dans le parc. Cependant, une partie de la route, et le parking sont situés en zone cœur du Parc national, ce qui a suscité l'étonnement des experts de l'UICN qui y voient là un aménagement incongru dans une zone protégée, d'autant plus qu'il attire un flux touristique plus dense et composé de touristes atteignant la zone en véhicules motorisés (voitures, caravanes).

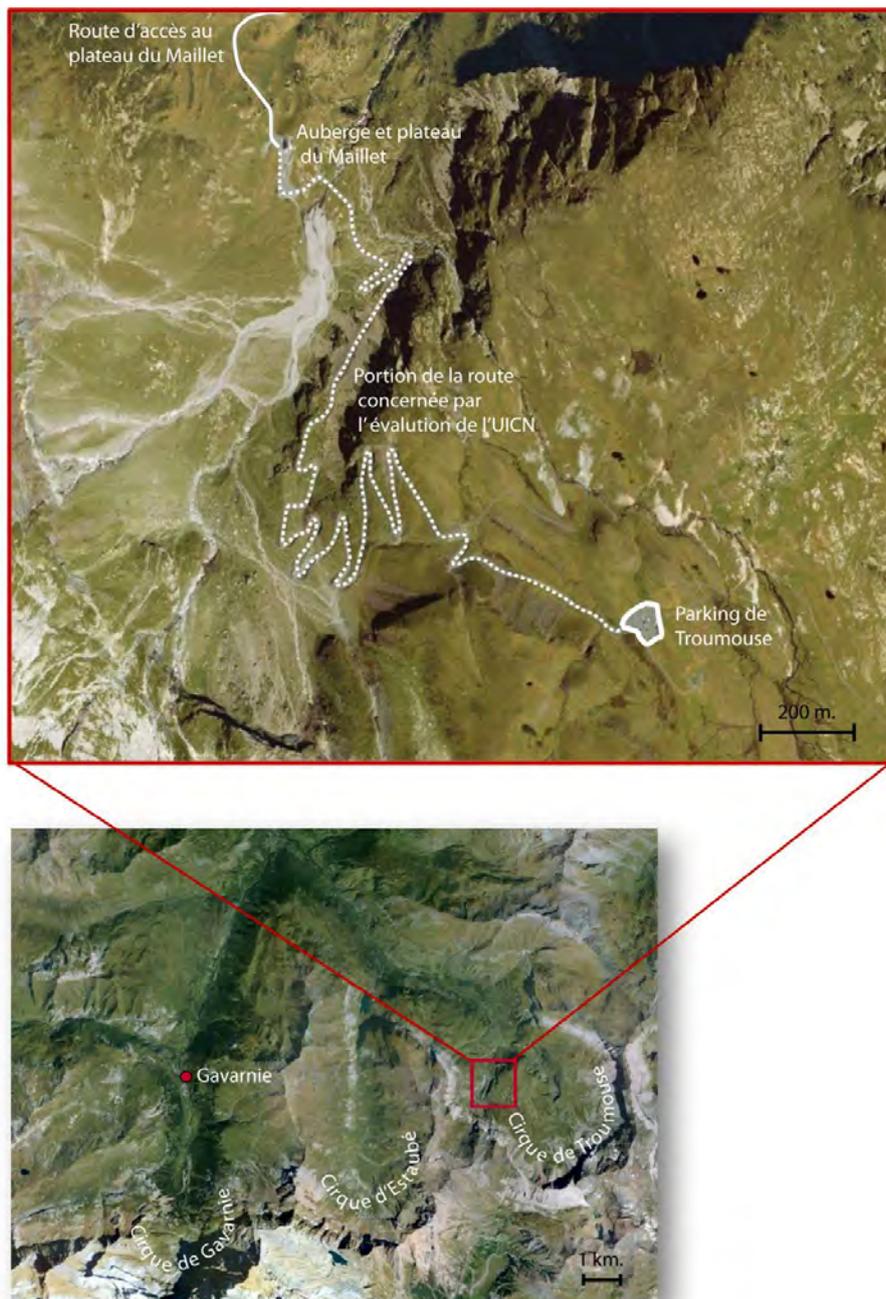


Figure 33. La route et le parking de Troumouse, mentionnés dans le rapport d'évaluation de l'UICN (1996) comme l'une des trois activités incongrues. Source : Revelin (2013), modifié d'après google-earth.com, consulté en mai 2013.

Finalement, comme le souligne Lionel dans la citation ci-avant, la troisième réserve émise par les experts de l'UICN à propos du festival de théâtre de Gavarnie est celle qui pose le plus problème auprès de la population locale. Nous allons voir plus en détails comment cette condition va cristalliser un conflit profond entre des acteurs aux visions opposées.

4. Le conflit autour du festival de Gavarnie : vision intellectuelle *versus* réalités touristiques locales ?

4.1. Une activité incongrue pour les uns, légitime pour les autres

Chaque année depuis 1985 se déroule à Gavarnie un festival de théâtre en plein air. L'événement est organisé par une association culturelle de la vallée durant les deux dernières semaines du mois de juillet. Son originalité repose sur le choix d'un site d'exception comme décor naturel : la scène installée sur un plateau situé à quelques kilomètres du village fait face au cirque de Gavarnie, qui fait office de décor grandiose. Chaque soir, la représentation théâtrale est jouée dans ce cadre unique et attire de nombreux spectateurs malgré la marche d'approche (une demi-heure de marche à pied, seul moyen de déplacement possible pour pouvoir atteindre le site) et la fraîcheur de la nuit en montagne.



Photo 25. Scène et public du festival de théâtre de Gavarnie face au cirque. Un acrobate réalise une performance de mât chinois en première partie du spectacle, devant le coucher de soleil sur le cirque. Suivra une représentation de deux heures de « La reine Margaux », spectacle joué l'été 2010. Photo : F. Revelin.

Pour réaliser une telle performance, un important dispositif logistique est mobilisé. La scène et les rangées de sièges pour le public sont transportées sur place et installées en plein air, de même qu'un système de sons et lumières (cf photo 26 ci-contre). Les quinze jours de représentations, ajoutés au temps nécessaire à installer et à désinstaller ces structures occupent finalement pendant presque un mois entier la zone utilisée pour le festival. C'est l'ensemble de ce dispositif, centralisant de surcroît

une forte fréquentation du lieu à une période précise, qui sont pointés du doigt comme une activité « incongrue » dans un site classé ; l'Unesco demande de déplacer cet événement vers une zone considérée comme plus adéquate et située en dehors du site.



Photo 26. Installations temporaires pour le festival de théâtre en plein air. Été 2010, sur le plateau de la Prade à Gavarnie. Photo: F. Revelin.

Cependant, l'intérêt et le succès du festival sont justement liés à cette localisation particulière, qui offre une scène unique et constitue la notoriété de l'événement. Pour les habitants de Gavarnie, il n'est donc pas question de supprimer ou de déplacer ce festival de théâtre qui préexiste au classement de l'Unesco et qui attire de nombreux visiteurs, représentant une manne économique importante. Là se situe le point d'articulation majeur du conflit. L'ancien maire de Gavarnie résume cette situation en expliquant qu'elle est venue se superposer à une absence d'appropriation du label

du Patrimoine mondial par la population locale. Le label est ainsi perçu localement comme un projet à la fois venu de l'extérieur et apportant avec lui de nouvelles contraintes, qui résume la situation :

« Le label Unesco, il n'y a pas de retour. Un, parce que déjà les gens ne se le sont pas appropriés. C'est dommage. Parce qu'on était peu à soutenir l'idée. On faisait des réunions publiques chaque année pour expliquer de quoi il s'agissait, pour avoir des retours des gens, pour appliquer la démocratie participative. Alors il y a eu quelque chose qui gênait un peu, c'est le festival. Parce que c'était un sanctuaire, alors pas de festival. Il fallait le déplacer un peu hors sanctuaire. Les gens de Gavarnie, ils vont te dire, moi je fais 40% de mon chiffre d'affaire lié au festival. Alors là il y avait un conflit, les commerçants, ils préfèrent le festival, alors ça bon». (Jean-Jacques A., été 2010 à Gavarnie)

Mon interlocuteur dépeint ici son interprétation du conflit, dans laquelle il oppose une vision « sanctuaire » du site, portée par ses initiateurs et ses défenseurs, à une vision économique liée à l'activité du festival, portée par les commerçants du village, pour qui, on l'a vu dans le chapitre 4, la fréquentation touristique est une activité essentielle. Une lecture partagée par le directeur de l'office de tourisme, qui résume la situation :

« Et alors, le Patrimoine mondial ici, donc depuis 1997, à la base, ce projet de patrimonialisation, il a été porté par une association extérieure, il y avait très peu de locaux dedans. Quand je dis très peu de locaux, c'est 3 ou 4. Donc les locaux ne se sont pas appropriés cette démarche à la base. C'est beaucoup de gens qui sont de Paris, de Tarbes, et un milieu montagnard et un peu intellectuel. [...] En termes d'image, effectivement, c'est quelque chose [le festival] qui existait avant qu'il y ait l'Unesco. Donc les gens disent, à partir du moment que ça existait avant qu'il y ait le label, hors de question que l'Unesco vienne l'interdire. Et puis après bon, ce qu'il nous disent, ce qui se passe, c'est que c'est surtout après des histoires de personnes, de mésentente entre Patrice de Bellefon en particulier et les gros élus du département, et l'association fait du lobbying auprès de l'Unesco, euh, c'est un mic mac, voilà quoi. Le problème c'est que derrière, pour l'expliquer ici, c'est assez difficile, parce que c'est un problème plus philosophique, élitiste, qu'un problème environnemental. Rien à voir. Il n'y a aucune atteinte à l'environnement ». (Lionel M., hiver 2010 à Gavarnie)

Ces deux interlocuteurs évoquent finalement une interprétation de la situation assez similaire. Un rapprochement qui n'est pas très étonnant, puisque tous deux, au même titre que l'agent du Parc cité en introduction, font partie des acteurs qui se retrouvent paralysés au cœur de ce conflit. Ces trois personnages ont à la fois soutenu le projet de labellisation du site⁵¹, tout en entendant les arguments opposés par la population locale, y voyant là un frein contre le développement et une nouvelle contrainte. D'où, comme je l'expliquais plus tôt, un profond sentiment d'inconfort vis-à-vis du sujet et de la situation, perçus à travers leur dimension éminemment conflictuelle. Dans le

⁵¹ L'ancien maire nous l'avons vu plus haut a accueilli positivement l'initiative de la petite association ; le directeur de l'office de tourisme a travaillé dans les années 2000 pour la même association ; et l'agent du parc représente un établissement public qui a soutenu le projet, et souligne que d'un point de vue personnel, il est sensible aux postions de l'Unesco et à la conservation de la nature.

discours, on peut dire qu'ils adoptent une posture relativiste et sont dans l'attente d'un déblocage de la situation. On le voit très clairement dans le témoignage de Lionel, qui essaie de montrer que le conflit s'est tellement cristallisé dans des oppositions entre des personnes aux visions contrastées que l'on a perdu de vue les problèmes initiaux posés par le festival vis-à-vis de l'intégrité du site. Il évoque en particulier que la question de l'impact environnemental du festival est occultée, faisant par là référence à des expertises menées par le Parc national pour tenter de trancher entre les arguments des pro- et des anti-festival.

Ces expertises concluent que les nuisances de l'activité sont provisoires et donc non significatives. Dans cette même perspective, les organisateurs du festival ont progressivement mis en place des démarches pour rendre l'événement plus écologique et acceptable : chaises et structures de couleur verte pour limiter l'impact visuel (cf photo 26), accompagnement des spectateurs sur le site pour éviter les dispersions dans la nature, installations de toilettes sèches et de poubelles, etc. Les impacts liés aux systèmes de sons et lumières en revanche ne peuvent être limités et peuvent par conséquent provoquer des nuisances temporaires pour la faune locale. Malgré ce type d'initiatives visant à apaiser le conflit, les oppositions perdurent, s'appuyant sur une confrontation plus profonde de visions opposées de la conservation de la nature et du développement.

Dans un propos également en nuances, l'ancien maire tente de relativiser la situation et de modérer les diverses positions. Il conclut qu'il s'agit en fait d'un problème de combinaison entre une vision à court terme et une vision à long terme :

« Le festival, je pense qu'il rapporte surtout aux commerces qui sont plus au bout du chemin. Et peut-être quatre piaules en dessous, aux hôtels plus dans le village. Alors moi je dis aux gens, pas pour les contrarier ou quoi que ce soit. Mais si tu veux, la notoriété de Gavarnie attire des millions de visiteurs depuis 100 ans. Et s'ils doivent vivre avec les dix jours du festival, ils ne vont pas aller loin. Ils vivent parce qu'ils travaillent tous les jours. Mais eux ils se sont entêtés et c'est pour ça que Patrice de Bellefon, il est indésirable ici. Il ne vient plus dans le village. Il continue à venir sur le site, parce qu'il a une grande sensibilité au paysage lui, il a écrit... A mon sens, le festival, c'est une nuisance visuelle pendant un mois. Après, ils vont te dire, comme Jost, celui qui a créé le festival disait, c'est comme un papillon. On se pose là... A mon sens, ça dépend comment on se place. Si on se place du côté de Patrice et qu'on dit « sanctuaire de nature », bon, dans le fond il a un peu raison, après si on se place du côté des commerçants, ils vont te dire bon, c'est un apport. Si on se place du côté des intellos, ils vont te dire, bon, c'est notre image. Moi mon point de vue, c'est que, encore ils se sont calmés là, mais au début c'était l'hécatombe toute la journée, depuis que ça chauffe un peu, ils se sont calmés. Après c'est une vision à long terme contre une vision à court terme ». (Jean-Jacques A., été 2010 à Gavarnie)

Le problème intéressant que Jean-Jacques soulève ici, est que les divers acteurs ne voient pas la même chose lorsqu'ils regardent la même région. De fait, ils ne voient pas la même chose lorsqu'ils appréhendent son classement au Patrimoine mondial. Il s'agit là d'une confrontation entre des

conceptions opposées dans lesquelles s'intriquent de manière complexe les questions du développement local, de la conservation de la nature et des représentations paysagères. Il est finalement intéressant d'observer que cette confrontation se cristallise en particulier autour d'un phénomène touristique, qui va devenir l'objet d'une menace d'inscription du site sur la « Liste du patrimoine mondial en péril », répertoriant les sites dont l'intégrité est considérée en danger, et qui peut aboutir à leur retrait de la Liste.

4.2. La menace du déclassement

Pour les porteurs du projet représentés par Patrice de Bellefon, un argument majeur les incitant à ne pas fléchir sur leur position est l'engagement pris envers l'Unesco au moment de l'inscription du site. En effet, lorsque les trois conditions ont été présentées par les experts de l'UICN en 1996, la délégation locale - comprenant des membres de l'association MPPM, le Parc national et les élus locaux représentant l'Etat français - s'était engagée à résoudre les incongruités en question, et notamment à déplacer le festival. Pourtant, face à l'importance locale du festival, les élus locaux ont finalement continué à le défendre, se positionnant en porte à faux vis-à-vis de cet engagement, mais portant la position de la population. Ce balancement a été vécu par l'association comme un défaut de loyauté envers l'Unesco, auquel elle s'est farouchement opposée :

« On a eu l'inscription le 7 décembre. Le 27 novembre, moi j'apprends que le Conseil général a dit, raconté pour faire le malin, on va avoir l'inscription, et puis après, on laissera le festival à la Courade. C'était une condition pour l'avoir. Donc moi j'ai écrit à la direction de l'Unesco, j'ai écrit aux experts et j'ai envoyé le double au Conseil général. En disant, écoutez, moi je suis désolé, je ne veux pas tricher. Je sais que vous dites ça, je leur ai envoyé en demandant de suspendre l'inscription. Là j'ai reçu un télégramme, un fax du Conseil général, du président de la commission culture, du conseiller général du coin, en disant, non non non, tu te trompes, on ne demandera que deux ans de maintien du festival. 1998 – 1999. Ça c'était le 2 décembre. J'ai téléphoné aux experts qui étaient réunis à Naples, en leur disant, voilà, j'ai ce fax et j'ai un mot de l'expert Thorsell⁵² qui dit bon ben d'accord, on change d'avis, et donc ça va marcher. Ça c'était le 2 décembre. Ils se réunissent le 12 décembre, et ils votent à l'unanimité, y compris les deux signataires, le maintien absolu du Festival à la Courade. Voilà les gens à qui on a à faire ». (Patrice D.B., hiver 2010 à Gèrde)

Constatant le maintien du festival plusieurs années après l'inscription du site, le Centre du patrimoine mondial interpelle à plusieurs reprises à partir de 2004 l'Etat français quant aux engagements pris à l'égard de cette condition :

« Depuis l'inscription du bien, le Centre reçoit continuellement des lettres de mécontentement concernant le Festival de Gavarnie. Cette manifestation a lieu tous les étés dans le Cirque de Gavarnie, partie de la zone centrale du côté français de ce bien transfrontalier du Patrimoine mondial. Selon les informations, le festival représente un point d'attraction de flux de touristes en

⁵² Il s'agit de l'un des experts de l'UICN

haute saison, ainsi qu'un fort impact visuel dans une zone écologiquement sensible. L'UICN a noté dans son évaluation du dossier de proposition d'inscription en 1996 que, selon un accord avec les autorités locales, le festival allait bientôt se tenir ailleurs. Pourtant, ce transfert n'a jamais eu lieu. Aucune autre information n'a été fournie par les autorités françaises malgré des demandes répétées ». (Rapport sur l'état de Conservation, Centre du patrimoine mondial, 2004)

On remarque que le flux touristique lié à l'événement est directement pointé du doigt, au même titre que l'impact visuel des installations dans une zone écologiquement sensible. Il s'agit donc là de dénoncer une forme de développement touristique qui serait inadaptée dans un site du Patrimoine mondial. Le Centre du patrimoine mondial demande chaque année explicitement à l'Etat français, représenté localement par les collectivités territoriales, de déplacer le festival, telle que l'indique la première décision publiée en 2004 :

« Le Comité du patrimoine mondial,

1. Notant que le Festival de Gavarnie n'a pas été transféré ailleurs,

2. Demande que les autorités mettent fin aux activités contestées du Festival de Gavarnie comme cela avait été initialement annoncé lors de l'inscription du site ;

[...]

5. Demande à l'Etat partie de la France de fournir un rapport sur le transfert demandé du Festival, d'ici le 1er février 2005, pour examen par le Comité du patrimoine mondial à sa 29^e session en 2005 ». (Décision 28COM15B.36, Centre du Patrimoine mondial, 2004)

L'outil mis en place en 2012 par le Centre du patrimoine mondial pour évaluer l'état de conservation des biens inscrits (SOC : *State of Conservation*) répertorie rétroactivement les nombreux rapports annuels dénonçant les « impacts des activités touristiques/de loisirs des visiteurs » et sollicitant l'Etat français à prendre des mesures d'urgence à propos du festival. Les deux autres conditions émises à l'inscription ne font pas l'objet de telles polémiques, le retrait de la route du col des Tentes ayant déjà été envisagé avant le classement du site. Le problème du parking de Troumouse, plus délicat, semble en voie de résolution à travers une initiative conjointe du Parc national des Pyrénées et de la commune de Gèdre.

Finalement, face à l'absence de mesures concrètes pour le festival, l'Unesco constate un manquement à l'article 4 de la Convention du patrimoine mondial (1972) qui engage les Etats parties à garantir la conservation de leurs sites pour préserver leur intégrité :

« Chacun des Etats parties à la présente Convention reconnaît que l'obligation d'assurer l'identification, la protection, la conservation, la mise en valeur et la transmission aux générations

futures du patrimoine culturel et naturel visé aux articles 1 et 2 et situé sur son territoire, lui incombe en premier chef. Il s'efforce d'agir à cet effet tant par son propre effort au maximum de ses ressources disponibles que, le cas échéant, au moyen de l'assistance et de la coopération internationales dont il pourra bénéficier, notamment aux plans financier, artistique, scientifique et technique ». (Op.Cit.)

En 2007, l'organisation convoque une seconde mission d'évaluation par les experts UICN et ICOMOS, afin de constater sur le terrain l'état de conservation du site et de proposer des solutions (Rapport de mission conjointe de suivi réactif des experts ICOMOS/UICN/UNESCO, 2007). L'attention est aussi attirée sur la nécessité urgente d'établir un plan de gestion transfrontalier du site, réunissant des représentants des deux versants, une procédure complètement paralysée par les conflits en cours côté français. En 2008, le Centre du patrimoine mondial propose finalement l'inscription du site sur la Liste du patrimoine mondial en péril, sans qu'elle ne soit encore actée.

Cette initiative est soutenue par l'association MPPM, partisane d'une désinscription du site :

« Alors, ce que je voulais dire qui est important, c'est que comme je vous l'ai dit, moi je suis partisan d'une désinscription, et je continue de l'être. Mais pas forcément, tout azimut. C'est que, il y a ce phénomène de jacobinisme, et puis il y a surtout un phénomène de déculturation terrible. Ces gens de la vallée de Gavarnie, peut-être ces réactions de Gèdre sont ainsi, ils sont, on est dans un phénomène de déculturation incroyable. Ils ont honte, ils ont parfaitement honte de, justement, ce qui a été qualifié par le Patrimoine mondial. Ils ont tellement envie d'être modernes... ». (Patrice D.B., hiver 2010 à Gèdre)

Dans ce témoignage, Patrice de Bellefon montre que le problème soulevé par les conflits autour de la labellisation, et de l'éventuel déclassement du site, est plus profond qu'une simple opposition à propos du maintien ou non du festival de Gavarnie. Ce court extrait fait en effet émerger très clairement une dimension touchant plus fondamentalement à des visions et des représentations complètement opposées de la culture locale et de l'évolution de l'agropastoralisme - et plus largement donc du développement local - dans cette région. Alors qu'il entend, à travers le label qu'il a largement promu, exercer une sorte de mise en lumière de la culture locale et du lien des agriculteurs à la montagne, il souligne finalement qu'une telle ambition serait vaine, puisque ces derniers ont, selon lui, « parfaitement honte de, justement, ce qui a été qualifié par le Patrimoine mondial ». Pour cet interlocuteur en effet, au lieu de se saisir de la reconnaissance que leur apportait le label Patrimoine mondial à travers les valeurs culturelles du site, pour revaloriser l'agropastoralisme et le mode de vie traditionnel de la région, les populations locales s'y seraient au contraire opposées, justement pour fuir cette image d'une vie montagnarde traditionnelle ; il va même plus loin en identifiant cette idée comme « un phénomène de déculturation terrible », « incroyable ». « Ils ont tellement envie d'être modernes » conclue-t-il, assimilant cette modernité à la tendance de ces « gens de la vallée de Gavarnie » à vouloir se tourner vers d'autres activités et à

privilégier en particulier une économie touristique, parfois au détriment de l'activité d'élevage (Gavarnie on l'a vu ne compte plus que cinq exploitations agricoles) et au profit de grands événements touristiques attirant une fréquentation massive, incompatibles avec sa propre conception des activités pouvant se développer dans un site naturel tel que le cirque de Gavarnie. Qu'en est-il du point de vue des populations locales ?

4.3. Une faible appropriation locale du Patrimoine mondial

L'appropriation du label du Patrimoine mondial par la population locale a été relativement faible, de telle sorte que la menace de sa perte suscite une quasi-indifférence de la part des habitants des communes françaises. On distingue parmi eux deux groupes caractéristiques : le premier rassemble les acteurs qui soutiennent le festival, et donc s'opposent aux conditions émises lors du classement du site sur la Liste du patrimoine mondial, vécues comme des contraintes. Il s'agit principalement de ceux appelés localement les « commerçants de Gavarnie » qui sont majoritairement des socioprofessionnels du tourisme et prônent la possibilité d'utiliser le site pour le développement économique. Le second groupe est constitué des acteurs restés plus ou moins en dehors de ces débats, qui se sont peu, ou pas du tout appropriés les questions liées au Patrimoine mondial. Acteurs sur lesquels repose paradoxalement les valeurs culturelles du label : les éleveurs. Cette catégorie d'habitants, vivant souvent d'une activité mixte et notamment du tourisme, ne se sont pas emparés de cet aspect du processus qui vise à faire reconnaître le mode de vie montagnard qui est le leur et leurs liens étroits à cette région.

Un sentiment commun à ces deux catégories d'acteurs qui partagent le même lieu de vie est une sorte de saturation face aux systèmes de protection qui s'appliquent à leur environnement direct, et qui, à travers une accumulation tant historique que géographique, suscite le sentiment d'être constamment contraint, dans sa vie quotidienne et dans l'usage de son environnement, par des normes venues de l'extérieur. Ce sentiment est néanmoins nuancé par le fait que cette situation est vécue depuis longtemps par la population qui s'y est progressivement adaptée (cf chapitre 4). Cette idée est illustrée par Lionel, à travers la métaphore d'un « millefeuille ». Il liste ainsi de tête les huit niveaux de superposition ou de chevauchement des systèmes de protection de la nature, des paysages ou des habitats écologiques :

« De toutes façons c'est un millefeuille ici, on compile tout. »

Après, nous ici, on est sur deux des quatre communes les plus grosses du parc des Pyrénées, en termes de territoire, donc Gèdre et Gavarnie. Gèdre est la seconde commune la plus grosse des Pyrénées, Gavarnie troisième. Donc on est sur, je dirais on est vraiment sur le cœur du Parc national des Pyrénées. Donc on est ... Alors il y a cinq zones Natura 2000, il y a, on est site classé 1930

sur les deux communes, il y a une ZPPAUP (Zone de protection du patrimoine architectural urbain et paysager) à Gavarnie. On a aussi des ZPS (zone de protection spéciale), des zones pour tout ce qui est la flore, on est Grand Site national, Grand Site Midi-Pyrénées, euh... donc Pôle touristique, Patrimoine mondial. Euh je crois que j'ai tout dit.

Ça fait sept ou huit, c'est un mille-feuille. La seule chose ici, c'est que [...] tout le monde est tellement habitué à vivre dans ce cadre là que c'est pratiquement une logique. Bon, je ne dis pas qu'il n'y a pas quelques accrochages des fois ». (Lionel M., hiver 2010 à Gavarnie)

En se juxtaposant sur un large panel de systèmes de protection et de labellisation lui préexistant, le label Patrimoine mondial suscite d'emblée deux réactions :

- l'indifférence, car il représente un système de plus dans une liste déjà longue,
- et la fronde contre ce qui est ressenti comme de nouvelles contraintes, car malgré tout, ces divers systèmes sont prioritairement dédiés à la conservation de la région et donc à l'intégration de nouvelles règles pour remplir cet objectif.

Ainsi le Patrimoine mondial, même s'il ne dispose pas d'appareil contraignant, est perçu comme tel. Ces deux types de réaction créent une perception paradoxale du rapport entre le label du Patrimoine mondial et le tourisme. Nous allons voir en effet qu'il peut être présenté à la fois comme un label de tourisme et un label contraignant le tourisme.

4.3.1. Pour les commerçants de Gavarnie, un projet allochtone contraignant le développement local

Pour le premier groupe identifié ci-dessus, les commerçants - c'est-à-dire les socioprofessionnels du tourisme à Gavarnie, qui constituent l'essentiel de la population de ce village - cette contrainte se manifeste par des limites vis-à-vis du développement d'activités économiques liées en particulier à la fréquentation touristique. Ainsi, ils se trouvent dans un équilibre complexe entre d'un côté, la préservation d'un site remarquable aux paysages grandioses qui attire les touristes, et de l'autre, les limites que pose cette préservation pour développer davantage la fréquentation touristique (notamment du point de vue des aménagements).

L'actuel maire de Gavarnie est commerçant et dirige plusieurs entreprises de tourisme dans le village. Il gère notamment un bar-restaurant hôtel et possède une entreprise de taxi, en plus de ses fonctions liées à l'administration de sa collectivité. Lorsque j'ai rencontré ce personnage très affairé dans son bar-restaurant en hiver 2010, il a tenu un discours tranché quant au Patrimoine mondial, qu'il décrit comme une contrainte au dynamisme du village et comme un élément qui contribue selon lui à « l'échec du village » (communications personnelles, maire de Gavarnie, hiver 2010) :

« Ce qui contribue en partie à l'échec du village, ce sont les labels, tels que l'Unesco ou le Parc. Gavarnie aurait pu se passer du parc. Ça fonctionnait très bien avant, ce sont les intellectuels et les écolos qui ont ce genre de projets et après on ne peut plus rien faire ». (Op.cit.)

Mon interlocuteur fait ici part d'une toute autre vision que celle des porteurs du projet ; pour lui en effet, non seulement le label apporte des contraintes, mais il a de surcroît peu d'intérêt pour le village et pour le site de Gavarnie, déjà largement reconnu. Il suggère ironiquement que l'on pourrait se demander si ce ne serait pas plutôt l'Unesco qui serait venu chercher un site remarquable pour agrémenter sa liste :

« La labellisation n'a rien changé au tourisme, ce sont des promesses que l'Unesco a faites mais n'a pas tenues. Gavarnie fonctionnait très bien sans label et sans parc aussi, si bien qu'on pourrait se poser la question : est ce que ce n'est pas l'Unesco qui est venu chercher un label [un site à labelliser] plutôt que le contraire ? » (Communications personnelles, maire de Gavarnie, hiver 2010)

On remarque à travers ce témoignage qu'il existe des attentes quant à d'éventuelles retombées touristiques du label. Finalement, évoquant son désaccord profond avec la vision portée par l'association MPPM qui a contribué à l'inscription du site, il accuse les porteurs du projet de ne pas intégrer à leurs décisions les points de vue de la population :

« MPPM, c'est une association extérieure, qui a sa vision de Gavarnie mais qui ne tient pas compte de la population locale. Deux de ses membres font partie des associations écolos qui ont attaqué le projet Victoria ». (Communications personnelles, maire de Gavarnie, hiver 2010)

L'exemple du projet Victoria évoqué ici est très éclairant sur ces conflits de visions autour des questions de développement local. Il s'agit d'un projet de création d'une résidence touristique de luxe ayant pour ambition d'attirer un tourisme aisé à Gavarnie en développant le parc hôtelier du village. Un de ses objectifs majeurs est de maintenir davantage l'activité touristique en saison creuse, c'est-à-dire principalement l'hiver. Ce projet cherche à attirer une clientèle séjournante et aisée, c'est-à-dire un tourisme à forte valeur ajoutée d'un point de vue économique, est aussi relié à la volonté d'alimenter la fréquentation de la station de ski alpin de Gavarnie, qui n'est pas rentable (voir chapitre 4). Cependant, ce projet en cours depuis une dizaine d'années, se heurte aux oppositions récurrentes d'associations, en particulier écologistes, qui empêchent sa concrétisation. Alors qu'il est perçu comme un projet salvateur économiquement par une partie des habitants et des commerçants du village, il rencontre donc l'opposition paralysante d'un certain nombre d'acteurs présentés ici comme des « allochtones », et que mon interlocuteur qualifie de « terroristes », pour montrer combien il perçoit comme violentes leurs oppositions aux projets locaux.

L'opposition entre une vision décrite comme celle d'intellectuels allochtones et celle de la population locale est évoquée par d'autres habitants, qui dénoncent notamment le projet de Patrimoine mondial comme le fruit d'une vision intellectualisée du site, excluant totalement l'implication des locaux, et qui n'aurait paradoxalement comme objectif que celui d'une promotion commerciale de l'image du site. C'est notamment le discours tenu par Yvan, un accompagnateur en montagne, qui se décrit comme un amoureux de la région dans laquelle il est venu vivre depuis une vingtaine d'années et qui a décidé de faire partager sa passion aux touristes en devenant accompagnateur. Si son travail consiste à leur faire découvrir toutes les spécificités lors de randonnées pédestres (l'été) ou à raquettes (l'hiver), il souligne néanmoins qu'il ne fait jamais allusion à ces labels qui lui sont associés, préférant partager avec eux ce qu'il considère comme les « vraies valeurs » du lieu :

« Je ne parle jamais de cela avec mes groupes. L'Unesco, c'est une médaille en chocolat. C'est un classement qui a été fait à l'initiative d'une association, montée par un intellectuel qui ne met de toute façon plus jamais les pieds ici. Les gens n'ont pas du tout été impliqués dans la labellisation et à la limite ils n'en n'ont rien à faire. A part ceux qui y voient une image avec laquelle on peut faire de la pub. D'ailleurs, ça sert à ça: attirer des cars de touristes japonais. Donc à part les commerçants, tout le monde s'en fout. La carotte, c'est qu'on veut en faire un exemple parce que c'est le premier site transfrontalier. Le problème, c'est qu'aussi bien côté espagnol que français, tout le monde s'en fout de ce label ». (Yvan, hiver 2010 à Gavarnie).

Le témoignage de cet interlocuteur est intéressant en ce qu'il souligne la manière dont les visions charriées par le conflit autour du Patrimoine mondial se sont complètement emmêlées : il montre que tout en étant contre les conditions portées par le classement, et principalement le déplacement du festival, on voit malgré tout le label comme une opportunité de publicisation du site, et donc comme un label de tourisme. Yvan explicite son propos le plaçant dans la perspective plus large de son rapport à la création d'aires protégées en général, qu'il considère comme des mesures paradoxales :

« Tous ces classements sont de toutes façons de mauvaises choses. J'ai vu des sites Unesco où les gens crevaient de faim à côté. Quel intérêt alors de faire un site? Par exemple j'ai vu des statues classées, puis détruites parce que le pays a connu une quasi guerre et qui ont toujours le classement. A la limite, tout classer ou ne rien classer, mais je n'aime pas du tout cette idée de mettre en lumière certaines zones [et pas d'autres]. Tous ces classements, comme le parc, je suis contre. C'est fait parce que des gens décident qu'ils veulent protéger la nature à tel endroit, comme le parc par exemple, sauf que ça attire quatre fois plus de touristes et du coup on dit aux gens qu'ils ne peuvent pas faire ceci ou cela, ni aller là. Par exemple de Bellefontaine, qui a voulu interdire la face nord du Mont Perdu aux escaladeurs pour la préserver. Et quand on parle avec lui, il dit qu'il s'en fout parce que lui l'a déjà faite, et ceux qui veulent la faire comme lui ? Ben non ». (Op.cit.)

Il pointe du doigt le rapport ambigu entre tourisme et conservation de la nature, où parfois la mise en lumière de certaines zones peut également leur nuire, en attirant plus de touristes et donc en

accroissant la pression liée à la fréquentation de ces zones, ce qui modifie le tourisme lui-même, qui doit alors être de plus en plus réglementé et canalisé, et empêche finalement la découverte réelle d'une région. Il insiste sur ce qu'il considère de surcroît comme une sorte de faux semblant qu'établissent les labels. Dans le cas du site Pyrénées-Mont Perdu, il perçoit sa double qualification, naturelle et culturelle, comme un leurre, alors même que l'agro-pastoralisme connaît un fort déclin dans la région sans qu'on ne cherche par ailleurs à le ralentir. Il explique qu'à Gavarnie en particulier, il n'y a presque plus d'agriculteurs et peu de gens s'intéressent encore vraiment à l'agriculture de montagne, il n'y a plus personne pour reprendre les fermes. Ajouté à cela, le fait que la communauté des éleveurs soit relativement indifférente à ce label, et se soit très peu impliquée dans les nouvelles dynamiques de valorisation qu'il pourrait porter, incarnent clairement cette vision du label comme un projet déconnecté des réalités et des préoccupations locales.

4.3.2. Pour les éleveurs, un label en dehors de leur réalité quotidienne

Dans la zone du site classé, l'activité d'élevage est surtout présente sur la commune de Gèdre, moins touristique que le site de Gavarnie, même si elle bénéficie en partie de la fréquentation du site voisin. Les éleveurs que j'ai rencontrés, principalement à Gèdre, expriment un détachement vis-à-vis du Patrimoine mondial. Contrairement à ce que l'on pourrait imaginer d'un label qui reconnaît des paysages culturels liés au mode de vie agro-pastoral, ce n'est pas cet aspect valorisant que les éleveurs soulignent. Au contraire, ils soulignent les contraintes que le label apporte, tout comme le Parc national. Le parc incarne en effet pour ces acteurs la quintessence des projets de conservation de la nature, et ils ont tendance à appréhender ce récent label du Patrimoine mondial à travers cette entité. Pour comprendre ce rapport difficile, il faut revenir sur les tensions qui opposent les éleveurs et le parc depuis plusieurs années et qui restent vives.

La question de la protection de la faune sauvage par le Parc national entre frontalement en conflit avec la vision des éleveurs, en particulier lorsqu'il s'agit des prédateurs. Le cas de l'ours est emblématique de ce conflit. Alors que la population d'ours a drastiquement décliné dans la chaîne au cours du XX^e siècle, au point d'être menacée de disparition (seulement 6 – 7 individus étaient inventoriés dans les années 1990), des opérations de réintroduction sont entreprises en 1996 (soit, si l'on se replace dans le contexte du Patrimoine mondial, un an avant l'inscription du site). Pour les éleveurs que j'ai rencontrés dans la communauté de communes de Gavarnie-Gèdre, ces réintroductions et la présence de l'ours comme espèce protégée en général m'est racontée en substance comme le coup de grâce porté à leur activité agricole, qui peine déjà à survivre dans les conditions actuelles.

Mathieu, un éleveur ovin de la commune de Gèdre accuse ainsi le parc d'être à l'origine du découragement des éleveurs, alors même que l'activité menace de disparaître selon lui. Il explique combien maintenir son activité est devenu une question de volonté face à ce qu'il ressent comme des mesures accablant l'élevage:

« Nous, de toute façon on va être amenés à disparaître. Parce que bon, le Parc il protège les prédateurs, nous on protège nos troupeaux, alors au bout d'un moment... Moi quand je vais arrêter, je ne sais pas si quelqu'un va reprendre derrière. Je ne sais même pas si je vais arriver à la retraite avec des bêtes, parce que vu comme ça se passe. Faut les aimer nos bêtes pour continuer ! Moi j'ai tout le temps élevé des bêtes, donc. Des fois, on se demande si on ne va pas les vendre.

- Les vendre ?

« Ah oui, quand il nous arrive une attaque d'ours ou un truc comme ça. On passe des journées à [déprimer]... » (Mathieu, été 2010 à Gèdre)

L'année de mes enquêtes, le débat était particulièrement vif, car selon les éleveurs, l'ours avait sévi à deux reprises et attaqué deux troupeaux, causant des pertes chez deux jeunes éleveurs à Gèdre. Ainsi, lorsque j'évoque avec eux la question du Patrimoine mondial, émergent des témoignages faisant part de ce qui est ressenti par les éleveurs comme un paradoxe. D'un côté, on met en valeur l'élevage comme une richesse de la région, et de l'autre, on n'atteste pas, dans la pratique, d'un soutien aux éleveurs pour qui cette activité devient de plus en plus difficile. Et même, comme le symbolise le problème de l'ours, on impose ce qui est perçu comme de nouvelles contraintes pour l'élevage.

Malgré cette tension latente vis-à-vis des systèmes de conservation de la nature, et en particulier du Parc national, certains éleveurs ont tenté de comprendre l'apport d'un nouveau label Patrimoine mondial obtenu en 1997 et de s'impliquer dans la gestion du site. Ils dénoncent ainsi les accusations qui leurs sont faites de ne pas s'être approprié ce label. Se voulant participatif par l'intermédiaire de réunions d'informations auprès de la population, le processus de candidature du site porté par l'association MPPM n'a pas été ressenti localement comme un projet dans lequel les éleveurs pouvaient devenir acteurs. Au contraire, un couple d'éleveurs de Gèdre m'explique qu'ils n'ont jamais vraiment compris ce que l'on attendait d'eux, alors même qu'ils étaient prêts à s'investir :

« On a été beaucoup de fois aux réunions sur le Patrimoine Unesco, et souvent on ne comprend pas bien leurs demandes. Parce que nous, on est là, on fait le travail au quotidien, on ne s'est pas posé la question de savoir si c'était classé ou pas classé. On fait le travail au quotidien, donc on ne sait pas bien ce qu'ils veulent de nous. On ne comprend pas ce qu'ils veulent de nous, déjà on est là, on est vraiment les gens de la Montagne. Quand on dit des choses, les gens ne les écoutent pas forcément, on nous dit on remet ça à la prochaine réunion dans un an. Non, nous on n'a pas forcément le temps, on est là maintenant pourquoi on ne peut pas le faire maintenant. Et puis la population ne

comprend de toute façon, parce que ce n'est pas parce qu'il y a des plaques et des banderoles que ça a changé quoique ce soit. A ce niveau, là, les gens ils sont très primaires. Ce qu'ils voient eux, c'est une différence de ce que ça peut rapporter au niveau de leur tiroir-caisse ».

On ne peut pas dire qu'on ne se soit pas impliqué, on va à toutes les réunions. Mais c'est vrai qu'à chaque fois qu'on sort d'une réunion, on se demande : mais qu'est-ce qu'ils veulent ? Ils veulent des actions, mais quelles actions ? » (Jean-Marc L, hiver 2010 à Gèdre)

Ce que cet éleveur pointe clairement du doigt, est une sorte de déconnection entre de tels projets de conservation, et leur réalité quotidienne. L'absence de dialogue et de participation active de la population dans ces projets conduit selon lui à la fois à des situations conflictuelles, et à un désintéressement des populations vis-à-vis des enjeux portés par ces initiatives. Il explique en effet qu'il est lui-même plutôt favorable au parc et au Patrimoine mondial, et reconnaît leur volonté de conserver les richesses de la région, mais leur reproche une approche peu intégrative des réels enjeux auxquels font face les éleveurs dans leur quotidien :

« Mais de toute façon, pour nous, la labellisation, le Parc national et tout ça, je trouve que c'est très bien que ce soit mis en place. La seule difficulté que je puisse avoir avec ces institutions-là, c'est qu'on ne soit pas du tout, de temps en temps, mêlés à leur propre discours quand il s'agit de nos sites. Et ça, ils nous disent c'est comme ça qu'il faut faire. Et ça se voit sur la population, par exemple pour l'Unesco, la population s'en fiche de le perdre ou de le garder. Moi je préférerais le garder. C'est bien de classer les sites, c'est bien de les conserver. Après, il faut pas tomber dans l'extrémisme non plus. On peut être écolo sans être intégriste ». (Op.cit.)

Finalement, ce défaut de participation de la population aboutit aussi à un usage biaisé du label, qui devient un projet perçu uniquement pour sa publicisation du lieu, c'est-à-dire un label de tourisme :

« Mais l'Unesco, si c'est pour voir le parisianisme venir s'extasier aux portes de Gavarnie, ça va me faire chier, vraiment. Si c'est pour avoir un individu qui passe à journée, qui reste deux heures et qui part... C'est plus intéressant d'avoir des gens qui restent ». (Op.cit.)

Il est finalement intéressant d'observer ce long processus à travers sa dimension très dynamique, ponctuée par le moment crucial de l'obtention du label en 1997, et au cours duquel les acteurs évoluent sur leurs positions et leurs visions. Ici en particulier, on remarque que ceux-là même qui ont porté et défendu avec ardeur et dévouement le projet de labellisation (souvenons-nous qu'il s'agit d'une démarche supportée par peu de ressources), se trouvent au cours de ce processus dans une posture prônant la désinscription du site. Or, la population locale, bien que présentée comme ne s'étant pas appropriée le label, prend position en décidant de soutenir un festival de tourisme, et par là même, de défendre symboliquement sa vision du développement dans le site, où le tourisme tient une place essentielle. Cet exemple montre ainsi la mise en mouvement des acteurs et des points de

vue autour du développement d'une même région qui s'opère dans le cadre particulier de sa labellisation au titre de Patrimoine mondial.

5. Des visions équivoques du lien entre site du Patrimoine mondial et tourisme

5.1. Un label de haut rang pour un tourisme de qualité ?

Pour comprendre comment les divers enjeux et visions s'entremêlent et s'affrontent autour de la question du Patrimoine mondial, le déroulement qui précède est centré sur la succession chronologique des faits qui ont conduit à la labellisation du site en 1997, puis à la menace de son inscription sur la Liste du patrimoine mondial en péril en 2008, en portant une attention particulière aux conceptions et aux visions des acteurs impliqués dans ces processus.

Dans ces logiques, quelle place occupent plus spécifiquement les diverses conceptions du tourisme ?

La revue Pyrénées, un périodique local sur l'histoire, la nature et la vie dans les Pyrénées⁵³, publie une petite biographie de ses divers contributeurs, parmi lesquels figurent les porteurs du projet de labellisation cités plus tôt. En lisant l'encart consacré à Patrice de Bellefon, on est interpellé par le lien direct qui est établi entre sa sensibilité au développement du tourisme dans les montagnes et son dévouement pour porter le projet de conservation et de mise en valeur du site :

« Sensibilisé aux divers problèmes posés par le développement du tourisme d'altitude dans les Pyrénées, il est particulièrement attaché à la sauvegarde du caractère singulier de la vie dans les hautes vallées. Il est de ceux qui, par leur ténacité, ont joué un rôle essentiel pour le classement du site transfrontalier Gavarnie – Mont Perdu au Patrimoine mondial de l'Humanité au double titre de « paysage culturel » et « paysage naturel ». (Site Internet de la Revue Pyrénées, revue-pyrenees.com)

Souvenons-nous en effet que cet acteur pivot du projet Patrimoine mondial est originellement guide de haute montagne, c'est-à-dire qu'il possède un ancrage dans un métier de tourisme consacré à l'accompagnement de touristes dans l'exploration des sommets. Un métier associé à une forme de tourisme spécialisée, bien souvent de petite échelle et lié à un public d'initiés aux milieux naturels d'altitude. Les guides de haute montagne accompagnent en effet prioritairement des petits groupes, ou des individus seuls, privilégiant l'exploration de zones difficiles d'accès dans les massifs montagneux, c'est-à-dire des zones par définition très peu fréquentées. Dans l'extrait ci-dessus, l'attention est attirée sur son expérience du tourisme à travers des formes perçues comme

⁵³ Revue éditée par les Amis du Musée des Pyrénées

inadaptées à ces milieux spécifiques et contre laquelle il faut protéger la montagne : « Sensibilisé aux divers problèmes posés par le développement du tourisme d'altitude dans les Pyrénées, il est particulièrement attaché à la sauvegarde du caractère singulier de la vie dans les hautes vallées ». On comprend par là l'un des appuis de son initiative.

Pour Patrice de Bellefon, le développement d'un tourisme trop massif n'est pas compatible avec un site fragile et remarquable, comme il l'explique en invoquant les propos d'Azedine Beschaouch, archéologue tunisien connu pour s'être impliqué dans la sauvegarde des sites d'Angkor et de Carthage, qui dénonce les formes industrielles de développement du tourisme :

« Il y a Azedine Beschaouch là qui est de Carthage, et il dit justement dans son expérience, que le développement des sites d'une façon tourisme industriel, ne s'est pas avérée fructueuse pour les gens du pays ». (Patrice D.B., hiver 2010 à Gèrde)

Le festival de Gavarnie et la masse de touristes visitant le cirque s'apparente par certains aspects à cette vision d'un tourisme basé sur des flux de fréquentation massifs, ne s'avérant fructueuse ni pour « les gens du pays », ni pour le site. Pourtant, dans son discours, mon interlocuteur évoque plusieurs fois un lien positif entre le classement du site et la croissance de sa fréquentation. Il dépeint notamment une vision du label à travers sa dimension prestigieuse, c'est-à-dire une reconnaissance de haut rang qui provoquerait logiquement un intérêt accru pour le site. Cette idée ressort très bien à travers l'évocation d'un projet de réserve Unesco MAB (Man and Biosphère) à proximité du site existant :

« Nous parviendrions avec ça à un ensemble Unesco qui serait unique au monde. Paysages doublement qualifiés, transfrontaliers, entourés d'une zone MAB transfrontalière, ce serait un ensemble Unesco unique au monde. Je vous laisse tout simplement, réfléchir. Si on a comme je l'explique là un ensemble Unesco unique au monde, ben vous ne croyez pas qu'il y a des gens qui vont venir voir ? » (Op.cit.)

Sa position est donc ambiguë. D'un côté il tend à brandir les valeurs intrinsèques et prestigieuses du site avec lesquelles certaines formes de tourisme seraient incompatibles - en particulier la fréquentation de masse - de l'autre, il projette l'évolution de la fréquentation touristique comme un indice supplémentaire de la reconnaissance de l'exceptionnalité du lieu, et donc comme une réaction logique et naturelle au classement.

Dans le contexte du processus de candidature, alors que des actions avaient été mises en place pour impliquer et convaincre la population locale de l'intérêt du classement du site, on constate que cet argument a été mobilisé par les porteurs du projet pour susciter l'adhésion des socioprofessionnels du tourisme :

« Au début on nous a dit, le classement Unesco, en fréquentation, ça va apporter 20 à 30% de plus. Après il y a eu une nouvelle donne aussi. C'est que, parfois, les gens ils allaient, bon je te dis au Mont Saint Michel, Pont du Gard, Lyon, Gavarnie. Bon, il y avait quelques haut-lieux. Alors que maintenant, toute la France fait du tourisme. Toutes les côtes, toutes les montagnes, tout l'intérieur des terres, les châteaux, les plans d'eau. Tourisme de groupe, tourisme culturel, tourisme ci, le pont de Millau, 1 million de visiteurs l'an dernier. Donc ça c'est une nouvelle donne. Alors bon, De Bellefon, il m'avait chauffé un peu, il m'avait dit Ah, les Suédois, les Norvégiens, quand ils viendront en France, il y aura 20 sites Unesco et c'est ceux-là qu'ils iront voir ». (Jean-Jacques A. été 2010 à Gavarnie).

Dans de nombreux entretiens, je retrouve la mention de cette idée de 30 % d'augmentation de la fréquentation touristique, présentée ensuite comme une fausse promesse. En effet, suite à l'obtention du label, les locaux n'ont pas constaté empiriquement un tel effet et dénoncent une double trahison : non seulement cette fausse promesse, mais aussi la menace que le label fait peser sur une attraction déjà existante (le festival) et essentielle pour le dynamisme touristique local.

« Cette année, c'est la 24^{ème} édition. Ça fait partie du rythme de vie, de l'image de Gavarnie, c'est unique au monde, c'est 12000 spectateurs par an, c'est des personnages qui viennent, voilà, c'est un gros truc. Et très soutenu, au niveau culturel. [...] Ben le problème, voilà, c'est que, alors que le Patrimoine mondial à la base n'est absolument un problème de protection, c'est ressenti ici comme ça. Ce n'était pas une contrainte, mais c'est ressenti comme ça, parce qu'il y a 3 contraintes. Et ces contraintes sont mal vécues. Voilà ». (Lionel M., hiver 2010 à Gavarnie)

5.2. Quels regards endogènes sur le Label Unesco ?

En interrogeant la population, on constate finalement qu'en dehors de la relation conflictuelle au Patrimoine mondial qui prévaut, le label est largement perçu et présenté à travers son rôle d'« image pour le tourisme ». Un éleveur de Gèdre le présente ainsi comme « une image de marque », qui apporte un plus du point de vue de la fréquentation du site, bien que ce dernier soit déjà largement connu et reconnu :

« Gavarnie, bon, c'était connu avant. Après, c'est un label, c'est comme pour la viande. C'est la marque de la qualité. Ça, ça aide un peu, Gavarnie après c'est connu. Ça aide toujours un peu, c'est toujours mieux d'en avoir. Pour les locations ça fait toujours mieux quand on a un grand prix de qualité. Pour le tourisme.

- Et pour l'activité liée à l'élevage ?

C'est pas, ça nous aide pas, franchement. A part montrer, pour les appartements, Camplong, ça nous met en avant, mais après. Des avantages, directement. Pour le tourisme, oui. Pour nous, pour l'élevage, non ». (Mathieu B., été 201 à Gèdre)

Ainsi, vivant d'activités diversifiées et notamment de la location de gîtes, cet éleveur voit dans le label un avantage pour promouvoir cette activité secondaire.

Pour l'ancien maire, cette motivation liée au rayonnement touristique du site a été motrice pour donner son soutien au projet. Pour lui, le label du Patrimoine mondial n'amènerait pas de contraintes supplémentaires, mais permettrait au contraire à « son pays » (Jean-Jacques A., été 2010 à Gavarnie) de bénéficier d'une belle carte de visite :

« Donc ça n'amenait pas de contraintes supplémentaires, par contre, pour moi c'est une belle carte de visite. Parce qu'il y en a qui cherchent le label pour le fromage de la vallée, pour le roquefort, pour tout, nous on a un label mondial et ça ne nous coûte pas un sous ». (Op.cit.)

Certains supputent une légère hausse de la fréquentation à la suite de l'obtention du label, comme c'est le cas de Jean-Denis, un guide de haute-montagne qui tient le bureau des guides à Gèdre, tout en restant réservé sur les preuves d'un tel effet :

« Je pense que ça a boosté un peu la fréquentation... Par exemple des fois on a des groupes qui nous contactent au bureau des guides pour organiser une rando. Alors je n'en ai pas la confirmation, mais je pense que le fait qu'on soit classés à l'Unesco ça fait qu'on a aussi une clientèle un peu plus internationale quand même. Après, ça a mis un peu en valeur aussi le Mont Perdu. Je trouve que du coup, nous on va mettre en place des bons produits là autour du Mont Perdu. Parce qu'on s'est rendu compte que les gens s'intéressent, ça peut être un produit phare pour nous, sachant que maintenant il y a ce label. L'alpinisme sur le Mont perdu, des petits raids sur le Mont perdu de quelques jours. Ça je crois que ça nous amène un plus que ce soit à l'Unesco ». (Jean-Denis P., été 2010 à Gavarnie)

*

* *

Conclusion

Le classement Unesco a été le catalyseur de tensions locales relatives à des visions contrastées du développement touristique. A l'origine, il avait été obtenu sous réserve du déplacement d'un festival de théâtre qui se tenait chaque été - et se tient finalement encore - dans le périmètre inscrit (commune de Gavarnie). Pour les défenseurs du label et pour l'Unesco, cet événement est perçu comme « incongru », tel que pointé du doigt par les évaluations des experts, et symbolise un tourisme de masse inapproprié dans un haut lieu patrimonial. À l'opposé, commerçants, hôteliers et municipalités y voient un événement à fortes retombées économiques rythmant la vie « culturelle » depuis 25 ans.

Le croisement des diverses visions révèle un conflit plus profond que celui lié au festival. Les regards endogènes se cristallisent entre deux pôles : d'un côté, les porteurs et les défenseurs du projet de labellisation aspirent à un tourisme axé sur la qualité du patrimoine tel que le définit l'Unesco. De l'autre, les commerçants et les municipalités actuelles perçoivent la labellisation, projet dans lequel ils n'ont pas vraiment été impliqués, comme une contrainte nouvelle et y voient un déni du droit d'usage de leur territoire quant à sa mise en tourisme. Les premiers, pour lesquels le tourisme doit refléter « la valeur universelle exceptionnelle des paysages » (Unesco, 1972), sont perçus par les seconds comme des fauteurs de troubles imposant leur vision « intellectuelle » et « élitiste ». À l'inverse, ils reprochent aux défenseurs du festival de profaner ce paysage en l'utilisant comme un décor de théâtre. Enfin, en retrait du débat, les éleveurs, largement investis dans une pluriactivité liée au tourisme, ne voient pas en ce label une reconnaissance de leur lien fort au paysage et à la montagne, et par là même l'opportunité de le valoriser, mais plutôt, l'expression d'un mélange entre une contrainte nouvelle et une image pour le tourisme.

Chapitre 7

Laponia - du paysage naturel suédois au paysage culturel sami, une labellisation combinant des visions opposées

1. Genèse d'un projet controversé

L'appartenance du site Laponia à la catégorie mixte du Patrimoine mondial est tout à fait intéressante, dans le sens où elle reflète l'histoire d'un processus d'inscription marqué par des tensions très vives entre divers acteurs dont les représentations et les visions de la même région s'opposent : elle est vue comme un site naturel par les uns et culturel par les autres. L'analyse de la genèse de ce projet bénéficie de l'analyse de Marie Roué, publiée en 2013, mais rédigée en 2011-2012.

1.1. Première proposition de la Suède : une réserve naturelle

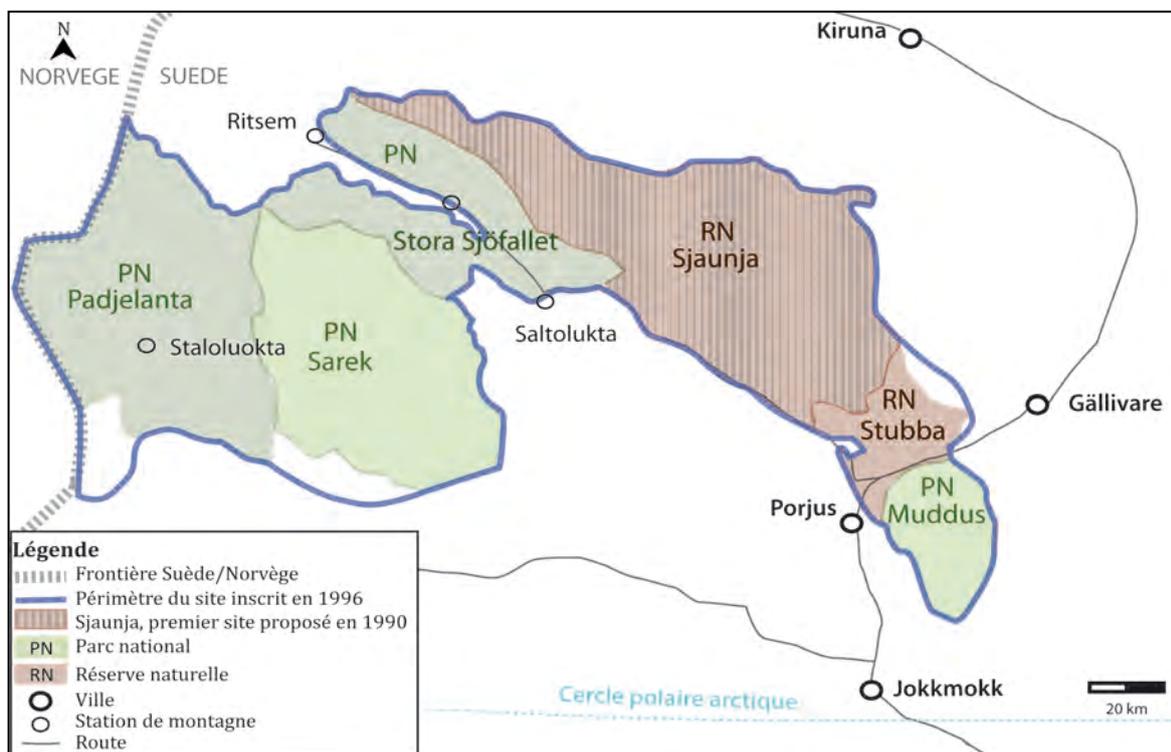
A la fin des années 1980, l'Etat suédois présente à la labellisation au titre de Patrimoine mondial la réserve naturelle de *Sjaunja* (comprise dans l'actuel site classé). Ce choix était motivé par l'intérêt écologique fort du site : il héberge la plus grande tourbière d'Europe occidentale et une avifaune remarquable. Il reflète les valeurs profondément naturalistes de l'Etat suédois, pionnier en Europe dans la protection de ses espaces naturels comme nous l'avons vu dans le chapitre 5. S'inscrivant dans une perspective de préservation d'une nature pensée comme sauvage, la Suède exprime ici une représentation du beau paysage comme une nature sans l'homme, que ce dernier doit justement « protéger contre lui-même » (Roué, 2006). Cette vision, apparentée au sentiment américain du *wilderness*, exclut des projets de conservation d'aires naturelles la présence, ou plutôt la reconnaissance, d'activités humaines liées à ces milieux. Rappelons en effet que le *Wilderness Act*⁵⁴ (1964), définit la nature sauvage comme :

« Un lieu où la terre et sa communauté de vie ne sont point entravées par l'homme, où l'homme lui-même n'est qu'un visiteur de passage ». (Op.cit.)

⁵⁴ Le *Wilderness Act* est une loi fédérale américaine sur la protection de la nature.

Ici donc, l'homme légitime est celui dont la présence est ponctuelle. Replacé dans le contexte du site suédois, il correspond au touriste sensible à l'esthétique de la nature et fidèle à une longue tradition nationale où les activités de plein air sont valorisées (cf chapitre 3).

La proposition de labelliser *Sjaunja*, îlot de marais au cœur d'une vaste étendue de montagnes et de forêts dédiées au pastoralisme rennin, correspond donc particulièrement à cette logique naturaliste et conservacionniste, en ce qu'elle est une zone très faiblement anthropisée (l'accès étant rendu particulièrement difficile en été en raison des marais), justifiant une candidature axée exclusivement sur la dimension écologique du site. Pourtant, lors de leur première visite en 1990, les experts de l'UICN proposeront de présenter un « complexe plus vaste d'unités de conservation qui, ensemble, constitueraient une zone plus complète, aux valeurs universelles au sens où la convention l'entend » (Roué, 2013). Sont finalement inclus dans la zone proposée à la labellisation le territoire étendu de 9400 kilomètres carrés qui englobe les autres aires protégées situées autour de la première réserve proposée. Quatre Parcs nationaux et deux réserves naturelles de cette zone forment ainsi le nouveau site candidat que nous connaissons aujourd'hui sous le nom de Laponia.



Carte 16. La réserve naturelle de Sjaunja, premier site proposé à la labellisation en 1990, dans l'actuel site de Laponia, inscrit en 1996. Revelin (2013), modifié d'après Laponia.nu.

À propos de cette nouvelle entité, l'ICOMOS insistera auprès de l'État suédois lors de son expertise pour intégrer à la proposition de classement les caractéristiques culturelles des paysages de transhumance samis. Ces paysages constituent selon cette institution l'un des derniers exemples les

mieux préservés de relations homme-nature de ce type dans l'hémisphère nord. La population samie, jusque-là peu impliquée dans le processus de labellisation, commence dès lors à entrevoir dans l'obtention de ce label une reconnaissance de leur lien à ces territoires et une valorisation de leur mode de vie (Teilus & Lindahl, 2000). Pourtant, l'État suédois, représenté par l'agence suédoise pour la protection environnementale, en charge de gérer les Parcs nationaux, confirme sa vision en proposant de nommer le site « the Lapponian Wilderness Area ».

1.2. Une « terre natale » revendiquée par les Samis

La création des aires protégées initiée en 1909⁵⁵ dans le nord de la Suède et l'implantation progressive, depuis le XIX^e siècle, de firmes d'exploitation industrielle des ressources naturelles (mines, hydroélectricité, sylviculture intensive ; voire chapitre 5) ont été vécues par les Samis comme des formes de colonisation de leur territoire et comme une perte de leur légitimité à utiliser les ressources naturelles locales (Dahlström, 2003 ; Revelin, 2013). Les Parcs nationaux en particulier, et la vision qu'ils incarnent des paysages naturels comme un *wilderness* constituent un déni de leur lien profond à ces territoires, qu'ils considèrent comme leur terre natale et dont les vestiges archéologiques attestent de leur présence millénaire et continue. Le projet d'une nouvelle labellisation venant renforcer l'hégémonie de la vision naturaliste de l'État suédois est donc contesté par les Samis, qui revendiquent leurs liens à ces terres et leurs droits à les gérer. Il est entrepris de démontrer l'évidence de critères culturels dans la proposition de classement du site sur la Liste du patrimoine mondial, notamment grâce aux sites archéologiques, mais aussi à travers les usages contemporains que les Samis ont de ces territoires pour l'élevage des rennes. C'est principalement une archéologue samie qui a été la directrice du Musée de Jokkmokk, Inga-Maria Mulk, qui rédigera *in extremis* un complément de dossier pour proposer une candidature incluant la dimension culturelle. Marie Roué (2013) nous explique que le succès de ce projet tient au fait que cette auteure a su mettre en avant, dans la droite ligne de la définition du paysage culturel par l'Unesco, que le paysage de Laponia devait être considéré comme « un espace habité par [nos] ancêtres, dont les traces sur le sol peuvent être suivies loin dans le temps », mais aussi que « les paysages de la région de Laponie existent aussi dans la mémoire des peuples et leur imagination, et sont liés aux noms de lieux, aux mythes et au folklore » (Mulk, 1996, citée par Roué, 2013). A travers cette initiative, les Samis s'élèvent contre la vision naturaliste que l'État suédois entend renchérir en proposant une labellisation sur des critères exclusivement naturels.

⁵⁵ Pour rappel du chapitre précédent, 1909 est la date de création des premiers Parcs nationaux en Suède et en Europe.

En filigrane de cette aspiration à la reconnaissance d'un paysage dont les liens à la culture samie ne peuvent s'ignorer, émergent des revendications plus profondes liées à la reconnaissance des droits traditionnels autochtones et en particulier à l'utilisation des ressources naturelles et à la gestion des espaces protégés sur leur territoire. Marie Roué (2011, 2013) montre encore que ce label mondial est pour les Samis une occasion d'exposer leur point de vue à la Suède en débattant sur des visions opposées héritées d'un conflit historique, mais aussi de faire entendre leur voix dans une arène internationale. Ils assoient leur position en s'opposant au titre proposé par la Suède pour nommer le site, qui, selon eux, devrait être « *The Sami World Heritage Area* ».

Le classement final retenu par l'Unesco en 1996 liera ces deux visions en intégrant le site à la liste des biens mixtes, dont le titre final plus neutre, « *The Laponian Area* » ou son diminutif plus couramment utilisé « *Laponia* », dissimule les conflits de représentations.

1.3. Une justification officielle finalement proche de la catégorie des paysages culturels

En 1996, le Comité d'évaluation du Patrimoine mondial retient finalement l'inscription de la Région de Laponie (Laponia), selon la justification suivante :

« Le Comité a décidé d'inscrire le bien proposé sur la base des critères naturels (vii), (viii) et (ix) et des critères culturels (iii) et (v). Le Comité a considéré que le site possédait une valeur universelle exceptionnelle car il contient des exemples de processus géologiques, biologiques et écologiques en cours, une grande variété de phénomènes naturels d'une beauté exceptionnelle et une importante diversité biologique comprenant notamment une population d'ours bruns et une flore alpine. Il a été noté que le site remplissait toutes les conditions d'intégrité. Le site a été occupé de manière continue par la population samie depuis la préhistoire, est l'un des derniers exemples, et incontestablement le plus vaste et le mieux préservé, de zone de transhumance faisant intervenir le pâturage de grands troupeaux de rennes, pratique jadis très répandue et remontant à un stade très ancien du développement économique et social de la société humaine. Le Comité a souligné l'importance de l'interaction entre l'homme et l'environnement naturel. Il a recommandé aux autorités suédoises de poursuivre leur travail avec le peuple sami, de faire des inventaires des espèces, de consolider le plan de gestion du site. Il a aussi indiqué qu'il serait favorable à l'étude d'un site transfrontalier avec la Norvège. » (Centre du patrimoine mondial, Rapport de la XX^e session réunie à Merida, Mexique, décembre 1996. Archives en ligne : whc.unesco.org/archive)

On remarque dans un premier temps que la justification de la valeur naturelle du site repose sur son exemplarité quant à la conservation de sa diversité biologique. Est donnée dans un second temps la justification de la valeur culturelle de Laponia, présentant la population et culture samie comme l'héritage emblématique de modèles très anciens du « développement économique et social de la société humaine ». Incarnée par leurs modes de vie profondément liés à l'élevage transhumant des rennes, la justification culturelle du classement insiste sur « l'importance de l'interaction entre

l'homme et l'environnement naturel », qui n'est pas sans évoquer une proximité avec la catégorie « paysage culturel », créée en 1992 pour désigner :

« Les ouvrages combinés de la nature et de l'homme. Ils illustrent l'évolution de la société et des établissements humains au cours des âges, sous l'influence de contraintes et/ou des atouts présentés par leur environnement naturel et les forces sociales, économiques et culturelles successives, internes et externes. » (Site officiel du Centre du patrimoine mondial, 1992)

Tant dans la justification officielle donc que dans la vision qu'en défendent les Samis, Laponia, vaste territoire de nature qui semble *a priori* peu impacté par l'homme et dont la vision comme un *wilderness* prévaut dans l'imaginaire suédois, est en fait présenté comme un lieu d'interactions très fortes entre l'homme et la nature. La remarquable adaptation des Samis à cet environnement aux conditions extrêmes passe par des activités laissant peu de traces de leur présence dans les paysages (cf chapitre 5, Roué 2012 & 2013). Mais leurs liens très forts à cet environnement - attestés par les savoirs et les savoir-faire, l'histoire et les croyances - sont reconnus lors de l'inscription du site, qui aurait finalement pu entrer dans la catégorie des paysages culturels comme le met en avant Roué (2013) :

« Plusieurs auteurs (dont Fowler, 2003, publié par l'Unesco) notent que Laponia présente des caractéristiques - entre autres celle d'être le territoire d'un peuple autochtone, les Samis, qui y exercent l'élevage du renne - qui auraient pu le faire désigner comme paysage culturel ». (Roué, 2013 : 264)

L'inscription de Laponia dans la catégorie mixte des sites du Patrimoine mondial reflète finalement une sorte de combinaison des visions opposées des mêmes paysages.

2. Cadre de vie ordinaire ou paysages remarquables à promouvoir?

Les enjeux sociopolitiques et culturels qui ont animé le conflit préalable à la labellisation perdurent après 1996 dans l'élaboration du plan de gestion du site. La perception du rôle d'un tel label dans la gestion des territoires continue à polariser des visions opposées du site, même si elle crée paradoxalement un espace de dialogue entre les acteurs concernés qui doivent travailler ensemble à l'élaboration de ce projet.

2.1. Regagner une légitimité à gérer ses terres

2.1.1. L'implication des Samis dans les négociations post-labelisation

Après la labellisation, les Samis se fédèrent progressivement et fondent l'association nommée Mija Ednam (notre terre) à la fin des années 1990 pour représenter les intérêts des Samis dans le long processus de négociations qui s'engage autour de la gestion du site. Ces négociations s'intensifient à partir de 1998, après que les autorités régionales aient soumis un premier plan de gestion, lourdement contesté par les Samis parce que persévérant dans une approche trop naturaliste du site. Ellen, une jeune samie membre du projet de Mija Ednam, me décrit lors de mon terrain prospectif en 2008, les enjeux des négociations en cours depuis près de 10 ans entre les groupes d'acteurs représentatifs des divers niveaux de la société :

“There are three parts who work together now about Laponia area, there are the Samis, the Länsstyrelse⁵⁶, and the Community of Jokkmokk and Gällivare municipalities. We want to work together, because this area is not just a nature world heritage area, it's a cultural one as well. So we, the Sami people, we want to have the majority in the Laponia board. We can also be part of the questions and all these decisions we have to take. Because before, the Sami people have never been in the position that they can say no, they have been in the position that they couldn't change anything. So now we want to be in the position that - we want to work together we have said that - but we want to have the majority”. (Ellen, 2008, à Stora Sjöfallet)

Cette courte citation concentre beaucoup d'informations et d'indicateurs quant à la position des Samis vis-à-vis des enjeux qui se nouent autour du Patrimoine mondial. D'abord, du point de vue de l'organisation des négociations, Ellen nous explique que trois « parties » négocient ensemble à propos de la future gestion de Laponia :

- les Samis, à travers l'association Mija Ednam ;
- les représentants de l'Etat suédois à travers l'autorité régionale que représente le *Länsstyrelse* ;
- et les représentants des collectivités locales que sont les districts de Gällivare et de Jokkmokk.

L'intérêt pour les Samis, souligne Ellen, est dans un premier temps d'être présents et actifs dans les négociations, pour faire reconnaître et peser la dimension culturelle du site propre à leur vision de la région comme leur terre natale. Ce à quoi mon informatrice fait allusion en soulignant : « We want to work together, because this area is not just a nature world heritage area, it's a cultural one as well » (*op.cit.*). Propos qui souligne la dimension participative du projet, mais n'est pas sans rappeler les

⁵⁶ Le *Länsstyrelse* est une instance représentative de l'état suédois à l'échelle des régions, c'est en quelque sorte un conseil administratif.

conflits de représentations qui ont émergé dès son origine. Dans un second temps, Ellen explique que l'ambition des Samis va plus loin : ils veulent obtenir la majorité dans le futur comité de gestion de Laponia. Elle justifie cette volonté d'ordre politique dans un troisième temps, en rappelant: "Because before, the Sami people have never been in the position that they can say no, they have been in the position that they couldn't change anything". Elle illustre ainsi l'idée que le label du Patrimoine mondial, bien plus que la reconnaissance d'un site remarquable porteuse d'une plus-value patrimoniale, représente pour les Samis une arène dont ils se saisissent pour regagner une légitimité et un pouvoir de décision vis-à-vis de la gestion de leurs terres.

"We don't have [the majority] now, because now we used to work with these groups, that's... We have said that if we don't get it, we don't want to work together, we don't want to... Then Laponia isn't interesting for us. Because if we can't have some, if you can't change something, or if you are not on the way like to decide about Laponia, we don't want it. If we can't change anything, then we don't want Laponia". (Ellen, 2008, à Stora Sjöfallet)

Référence est faite en creux au passé de colonisation des terres samies par les intérêts suédois et à l'affaiblissement drastique des droits autochtones. En entrant en négociations avec les diverses instances représentatives de l'Etat suédois et des collectivités locales à propos de la nouvelle gestion de Laponia, les Samis entendent donc réaffirmer leurs visions de la région en faisant reconnaître leurs liens étroits et continus au site, et *in fine*, leur légitimité à le gérer. Position défendue dans la proposition, en 2000, d'un plan de gestion élaboré par l'association Mija Ednam, soulignant le lien des Samis à la région qu'ils considèrent comme « leurs terres » et dont ils revendiquent la gestion légitime :

« Pour nous, Laponia est le pays où nous vivons, où nos ancêtres ont vécu et où vivent les rennes. Nous avons habité et géré ces terres depuis des milliers d'années, et en raison de notre présence depuis « ces temps immémoriaux », nous considérons ces terres comme les nôtres. Nous accueillons les visiteurs et nous n'exigeons pas l'usage exclusif de ces terres. Mais nous voulons avoir la possibilité de développer nous-mêmes notre culture, nos moyens de subsistance, et notre vie - dans Laponia, comme dans l'ensemble de Sápmi. Nous voulons décider nous-mêmes de ce qui nous concerne et nous voulons avoir l'entière liberté de traiter des questions touchant à notre culture. Nous voulons continuer à vivre et à travailler en Laponie. C'est pourquoi nous voulons continuer à préserver et à développer notre région. Mais nous voulons le faire en fonction de notre propre conception, de notre culture samie, de l'élevage des rennes et de notre rapport à la nature et à nos terres ⁵⁷ ». (Teilus & Lindahl, 2000 : 8, Traduction de l'auteure)

⁵⁷ "För oss är Laponia landet där vi lever, där våra förfäder funnits och där renen lever. Marker som vi bebott och förvaltat i årtusenden, och som vi genom "urminnes hävd" betraktar som våra. Vi välkomnar besökare och vi kräver inte ensamrätt till markerna. Men vi vill själva få möjlighet att utveckla vår kultur, våra näringar och våra liv - i Laponia liksom i övriga delar av Sápmi. Vi vill själva besluta om egna angelägenheter, och vi vill ha fullt inflytande i övriga frågor som berör vår kultur. Vi vill fortsätta att leva och verka i Laponia. Därför vill vi bevara och utveckla området. Det vill vi göra utifrån våra egna förutsättningar; vår samiska kultur, rennäringen och vårt förhållande till naturen och markerna".

Les auteurs poursuivent en soulignant l'importance de continuer à faire vivre la culture samie, présentant positivement le label du Patrimoine mondial comme un soutien à une telle démarche :

« Nous accueillons positivement la nomination de Lapponia comme Patrimoine mondial, qui souligne si clairement la valeur de la culture samie vivante et des paysages culturels samis. Elle oblige tout à chacun à agir pour continuer à faire vivre la culture samie dans la région. Mais une culture doit se développer en faveur de la vie, et un paysage culturel ne peut être maintenu que par les interactions entre l'homme et son utilisation des ressources naturelles et des paysages. Une culture « samie vivante dans Lapponia suppose de faire vivre les activités économiques samies dans la région »⁵⁸. (Teilus & Lindahl, 2000 : 8-9, Traduction de l'auteure)

L'élevage des rennes est en particulier visé à travers ce propos, comme un élément et un symbole fondamental de la culture et des activités des Samis. *Lapponia* couvre en effet un territoire encore entièrement dédié à l'élevage des rennes et les décisions relatives à sa gestion concernent les éleveurs samis, directement affectés par les activités avec lesquelles ils cohabitent. Sandra Wall Reinus (2006) a notamment mis en exergue des conflits d'usage entre tourisme et élevage. Elle souligne par exemple que la conduite de loisir des motoneiges et la pratique de la randonnée peuvent déranger les rennes et provoquer la dispersion des troupeaux que les Samis s'efforcent de rassembler. En compactant la neige et en créant des nuisances sonores, les motoneiges facilitent la fuite des animaux et éventuellement leur perte. Les randonneurs quant à eux peuvent surprendre les animaux qui ne les ont pas entendus arriver (entretien avec un éleveur sami, à Stora Sjöfallet, 2009). La période de mise bas des femelles en avril-mai est particulièrement sensible à de telles perturbations (Vistnes & Nellemann, 2001) : les jeunes faons sont très vulnérables et leur perte peut provoquer de graves conséquences sur le renouvellement du troupeau. Plusieurs études montrent ainsi les impacts cumulatifs du tourisme sur l'élevage, à travers la perturbation des rennes et la compétition que génère cette activité sur les ressources nécessaires aux troupeaux, à la fois *via* les infrastructures touristiques (stations, routes, refuges, *etc.*) et la fréquentation touristique dans des zones de pâturages (Nellemann et al., 2000 ; Vistnes & Nellemann, 2001 ; Wall-Reinus, 2006 ; Vistnes et al., 2008).

Pour mieux gérer ce type de conflits liés aux usages variés d'un même territoire, les Samis entendent donc prendre part aux décisions et à l'élaboration des réglementations qui seront mises en œuvre dans Lapponia *via* le nouveau plan de gestion. Pour le cas des activités de tourisme citées ici en

⁵⁸ *"Vi välkomnar Lapponias världsarvsutnämning som så tydligt betonar värdet av den nu levande samiska kulturen och det samiska kulturlandskapet. Det förpliktigar alla att verka för att en levande samisk kultur kommer att fortsätta att finnas i området. Men en kultur måste utvecklas i en gynnsam riktning för att leva, och ett kulturlandskap kan bara bibehållas genom ett samspel mellan människan, hennes sätt att nyttja naturresurserna och landskapet. En levande samisk kultur i Lapponia förutsätter levande samiska näringar i området."*

exemple, seul le *Länsstyrelse* (autorité régionale représentant l'Etat) détenait jusque-là le pouvoir de décision pour accorder des dérogations ou interdire des activités touristiques dans les Parcs, dont la réglementation est par ailleurs chapeauté par l'Agence nationale suédoise pour la protection de la nature (*Naturvårdsverket*). En cherchant à intégrer le futur comité de pilotage de Laponia, les Samis visent à prendre part à ce type de décisions, pour les rendre compatibles non pas seulement avec les enjeux de conservation de la nature (comme c'est le cas à pour la gestion des Parcs nationaux), mais aussi avec les contraintes de l'élevage des rennes.

2.1.2. Le « Processus Laponia » de 2006 à 2009 : établir une gestion participative ?

Entre 2006 et 2009, le processus de négociation s'est institutionnalisé dans une structure nommée *Laponia Processen*, que l'on pourrait traduire par le « Processus Laponia ». *Laponia Processen* se donne pour objectif de mettre en place un plan de gestion et un comité de pilotage satisfaisant les diverses parties en exerçant un mode de prises de décisions par consensus, démarche participative dont les Samis font remonter l'origine à leur organisation traditionnelle (Roué, 2013). Le processus Laponia est un espace de travail mis en place par les trois parties, qui se rencontrent et négocient dans le cadre de cinq sous-groupes de travail, dédiés chacun à une thématique spécifique.

- Uppgiften för **arbetsgruppen förvaltning och zonerings** är att ta fram ett förslag till förvaltningsplan med skötselplan, föreskrifter och riktlinjer för Laponia.
- **Arbetsgruppen förvaltningsorganisation** har till uppdrag att utreda förutsättningarna för en lokalt förankrad organisation, klargöra avgränsningar mellan myndighetsuppgifter och arbetsuppgifter för en framtida förvaltningsorganisation.
- **Arbetsgruppen platsbunden information i Laponia** har i uppdrag att utgöra kärnan i det arbete som krävs för att etablera ett nytt naturum i sjöfallsområdet samt därtill hörande informationsplatser i Gällivare, Porjus, Jokkmokk och Kvikkjokk.
- Uppdraget för **Arbetsgruppen infrastruktur och leder** är bl a att stödja länsstyrelsens fältenhet i arbetet med att förnya entréer och leder, i första hand Muddus. Delprojektet ses som ett försök att praktiskt pröva modeller för lokalt inflytande och delaktighet i den praktiska förvaltningen.
- **Arbetsgruppen kommunikation och utbildning** har i uppdrag att utveckla ett utbildningspaket om världsarvet och dess värden samt värdegrunden och har också ansvar för att utveckla informationen i och kring världsarvet.



Laponiaprocessen

Figure 34. Les cinq groupes de travail de la délégation Laponia, brochure d'informations distribuée par la délégation de *Laponia Processen*, recueillie en 2009.

Les cinq groupes de travail présentés en suédois dans la brochure ci-dessus traitent des cinq thèmes suivants :

- 1. La gestion et le zonage de Laponia
- 2. L'organisation d'une nouvelle administration
- 3. L'information et le développement de centres d'informations et d'écomusées
- 4. La rénovation des infrastructures et des sentiers dans la zone spécifique de Muddus (Parc national forestier à l'est du site)
- 5. La communication et l'éducation sur les questions du Patrimoine mondial.

Dans chacun de ces groupes, siègent des représentants de chaque partie impliquée dans les négociations (l'Etat, les collectivités locales et les Samis). Ces groupes sont fédérés autour d'un bureau central, nommé la « délégation Laponia », qui rassemble les élus et les personnalités influentes dans la gestion du territoire telle qu'elle préexiste à l'établissement de Laponia en tant que nouvelle entité (cette délégation est composée de quatre éleveurs Samis représentant l'association Mija Ednam, de deux élus des districts de Gällivare et de Jokkmokk, du dirigeant du Comté suédois du Norrbotten, et du chef de secteur de l'agence suédoise pour la protection de la nature).

2.2. La question épineuse et secondaire du tourisme pour les Samis

2.2.1. Un sujet hautement connoté

On remarque que trois des cinq groupes de travail gravitant autour de la délégation centrale du processus Laponia abordent directement ou indirectement la question du tourisme et de l'accueil et l'information des visiteurs.

- Le groupe n°3 est chargé de la réflexion sur la mise en place d'un nouveau centre d'accueil des visiteurs dans l'enceinte du parc de Stora Sjöfallet, et des antennes d'information dans divers autres lieux aux portes de Laponia : à Gällivare, Porjus, Jokkmokk et Kvikkjokk.
- Le groupe n°4 discute entre autres, en coordination avec l'administration régionale, du renouvellement des sentiers et des infrastructures, ainsi que de l'accès au Parc national de Muddus principalement. Il s'agit d'un projet pilote qui vise à tester le modèle de gestion participative sur une zone plus restreinte du vaste site.
- Le groupe n°5 a pour mission de développer le volet éducatif et l'information autour du Patrimoine mondial et de ses valeurs dans et autour du site classé.

Liz-Marie N. a participé aux diverses négociations comme représentante du district de Jokkmokk, à partir de 2009, c'est-à-dire à la fin du processus Laponia. Avec Berndt W., son homologue pour le district de Gällivare, ils siègent comme « secrétaires », représentants les deux collectivités locales pour le processus Laponia. Lorsque je rencontre Liz-Marie à Jokkmokk, elle évoque la question du

tourisme comme un aspect épineux des négociations qui se sont nouées dans les divers groupes de travail : la question a été abordée avec beaucoup de circonspection m'explique-t-elle. Liz-Marie illustre cet état de fait à travers l'exemple de l'usage des mots. Elle explique que le mot *turist*, signifiant « touriste » en suédois, est souvent connoté négativement pour les Samis. Son usage dans les discussions et dans les rapports de réunions durant le « processus Laponia » a par conséquent été très parcimonieux, car son violent rejet par certains représentants samis menaçait de bloquer le dialogue. Elle raconte qu'elle était alors attentive à le remplacer systématiquement par le mot *besökare*, qui signifie « visiteur », et qui est plus neutre. Derrière l'usage et le sens des mots, ce sont des enjeux bien plus importants et des conflits de représentations qui exercent leurs forces sur le processus de négociation.

Liz-Marie donne deux raisons majeures expliquant ces réticences vis-à-vis du terme « tourisme » et ce qu'il évoque aux Samis. La première est relative à l'histoire de la colonisation du nord, et notamment à l'arrivée des premiers explorateurs tels que Linné, pour reprendre l'exemple le plus emblématique et dont les explorations sont affichées comme un patrimoine national. Elle explique que lorsque ces premiers visiteurs sont arrivés en pays sami, ils ont utilisé les hommes pour les basses tâches, telles que le portage. Outre l'histoire coloniale axée sur l'usage des ressources du nord et décrite dans le chapitre 5, ces épisodes historiques sont aussi vécus comme un symbole de la colonisation du nord et de l'asservissement des Samis par des intérêts extérieurs (Revelin, 2013).

La seconde raison invoquée est la peur du non-respect de la nature et de la culture locale par les touristes. Par exemple, Liz-Marie m'explique que le mot « tourisme » (*turism*) est porteur d'un sens forgé dans l'idée de tourisme de masse, caractérisé par des connotations négatives (cf chapitre 1), et renvoie de fait à la crainte d'un développement anarchique et incontrôlé. Localement, cette idée est liée en particulier à l'activité de traîneaux à chiens. Les Samis craignent que cette activité continue à se développer de manière incontrôlée, représentant une menace pour l'élevage des rennes, car des chiens peuvent s'échapper des meutes et effrayer les jeunes rennes, qui, éloignés du troupeau, seraient alors vulnérables aux prédateurs. S'il existe peu de cas avérés d'une telle situation extrême, il s'agit d'un sujet qui reste très sensible pour les Samis et ces derniers souhaitent par conséquent durcir la réglementation *ad hoc*. D'autant plus que la saison la plus propice à l'activité touristique de traîneaux à chiens est aussi une période critique de l'élevage des rennes : elle correspond au *vårvinter* (l'hiver printanier), c'est-à-dire à la période où les femelles mettent bas et où les jeunes rennes sont très vulnérables car déjà sujets à d'autres menaces (selon les années et les conditions, les rennes peuvent subir des stress alimentaires ou de mauvaises conditions climatiques par exemple).

Cet exemple montre que le tourisme est appréhendé à travers les éventuels conflits d'usages et de représentations dont il pourrait être porteur, au même titre que l'ont été - et le sont encore - les nombreuses autres activités développées sur les territoires ancestraux des Samis, et dans le déni de leurs droits et de leurs points de vue. Cette crainte est relatée dans la proposition de plan de gestion faite en 2000 par l'association samie Mija Ednam :

« Un afflux touristique incontrôlé ou excessif peut avoir des effets négatifs sur l'environnement naturel et sur l'élevage. Les communautés d'éleveurs samis souhaitent donc mettre l'accent sur l'importance de développer une activité touristique dans cette zone en adéquation avec la préservation des ressources naturelles et culturelles, et non l'inverse. Les activités et les produits touristiques doivent être adaptés à la nature, à la culture et à l'élevage de rennes »⁵⁹. (Teilus & Lindhal, 2000 : 51, traduction de l'auteure.)

Le plan proposé par les Samis favorise un tourisme de petite échelle, fondée sur une expérience « authentique » de la culture samie :

« La vision que les communautés d'éleveurs samis ont du tourisme dans Laponia repose sur l'idée d'une activité de petite échelle, d'authenticité, de connaissances et de l'expérience, dans le cadre d'une relation respectueuse avec la nature et la culture locale »⁶⁰. (Op.cit., traduction de l'auteure)

Malgré des réticences, les Samis ne sont pas hostiles au développement du tourisme. Mais ils cherchent à poser leurs propres conditions vis-à-vis de ce développement, afin qu'il reste maîtrisé et en adéquation avec leurs activités traditionnelles. Une illustration intéressante de cette position est d'ailleurs apparue, à travers la citation introductive de la proposition de plan de gestion faite par les Samis en 2000, soutenant que « nous accueillons les visiteurs et nous n'exigeons pas l'usage exclusif de ces terres. Mais nous voulons avoir la possibilité de développer notre culture, nos moyens de subsistance et notre vie. » (*ibid.* : 8, cité p. 249)

2.2.2. Le dilemme du tourisme sami

Les exemples cités ci-avant nous permettent de mieux comprendre le rapport des Samis au tourisme dans les négociations qui s'orchestrent autour de la gestion de Laponia et qui se résume en somme à la question suivante : comment le territoire peut-il et doit-il être mis en tourisme et par qui ?

⁵⁹ « En okontrollerad, eller alltför stor turisttillströmning, kan emellertid få negativa effekter både för naturmiljön och rennäringen. Byarna vill därför betona vikten av att all turism i området bedrivs på ett sådant sätt att den snarare bidrar till att bevara natur och kultur än motsatsen. Aktiviteter och produkter måste därför anpassas till vad natur, kultur och rennäring tål ».

⁶⁰ « Samebyarnas vision av turism i Laponia bygger på småskalighet, äkthet, kunskap och upplevelser inom ramen för ett respektfullt förhållande till naturen och den lokala kulturen ».

Il s'agit là d'un défi difficile à résoudre pour les Samis. D'un côté, ils veulent maîtriser le tourisme sur leur territoire, comme activité interagissant avec les enjeux de l'élevage et partageant leurs lieux de vie. Ils entendent donc à la fois le canaliser pour éviter des conflits avec les zones de pâturages et les périodes sensibles de l'année, et pouvoir bénéficier des revenus de cette activité. D'un autre côté, ils considèrent que l'activité touristique est difficilement compatible avec l'élevage face à la charge de travail qu'il représente. Une difficulté renforcée par les aspects socioculturels et identitaires : l'identité samie est profondément liée à l'élevage du renne et au mode de vie traditionnel attaché à cette économie de subsistance. Les Samis sont avant tout éleveurs. Dieter Müller & Stina Kuoljok Huvva (2009) soulignent que la législation en vigueur quant à l'élevage des rennes par les communautés d'éleveurs fédérées en *Sameby* va même contre le développement d'activités connexes, puisque l'élevage doit être l'activité principale :

“Current legislation prevents direct involvement with tourism, limiting them to reindeer herding only. Hence, legislation is considered to be a major constraint for the successful development of Sami tourism. Changes in legislation would allow the cooperatives to integrate tourism into reindeer herding more clearly, and would allow the comprehensive management of all businesses related to reindeer herding”. (Op.cit. : 121)

Il existe donc une forme de rejet face à l'idée de s'impliquer dans d'autres types d'activités, qui s'explique par des raisons culturelles, mais aussi par des limites imposées par la législation de l'élevage en Suède. Par ailleurs, face à la question du développement touristique, les Samis se trouvent confrontés à des sphères d'intérêts plus larges, et notamment aux effets des marchés internationaux et de la compétitivité, qui amènent d'autres compagnies tenues par des non-Samis à travailler dans cette région et à produire une offre touristique. Outre la compétitivité instaurée par ces logiques classiques, un problème majeur dénoncé par les Samis à cet égard est l'utilisation par les opérateurs non-Samis de leur culture (ou image de leur culture) comme support de l'offre touristique, comme le pointe le rapport publié par l'association samie Mija Ednam en 2000 :

« La culture samie, que beaucoup perçoivent comme excitante, exotique et intéressante, a néanmoins été utilisée par des entreprises non-samies pour attirer les visiteurs. Les coutumes samies, les tentes traditionnelles, l'artisanat, etc. ont longtemps été utilisés comme un leurre et une attraction. Cela peut conduire à terme à un appauvrissement et anonymisation de la culture⁶¹ ». (Teilus & Lindhal, 2000 : 51, traduction de l'auteure)

Plusieurs témoignages dénoncent ce type d'usage abusif de la culture samie, comme par exemple Lennart P., qui a développé une entreprise de tourisme il y a une quinzaine d'années :

⁶¹ « Den samiska kulturen, som av många uppfattas som spännande, exotisk och intressant, har trots detta utgjort ett vanligt inslag i icke samiska företags försök att attrahera besökare. Samiska dräkter, kåtan, slöjden m.m. har länge använts som lockbete och dragplåster. Det kan på sikt medföra en utarmning och anonymisering av kulturen ».

“I think that I see so many examples of people using the Sami culture in the wrong way to, in everything, from an hotel in Stockholm to a spa in... to using the different sami stories... There’s a lot of misuse of the Sami culture, I think.

[...] I think that, everyone wants to have a Sami content. If you are in hotel, you want to have some Sami content. Everyone wants to have it because it’s so interesting for people. And the picture are spectacular”. (Lennart P., été 2011 à Gällivare)

Outre l’utilisation de l’image de la culture qui constitue une attraction prise par sa dimension « spectaculaire ». Cet interlocuteur considère que les Samis eux-mêmes sont utilisés « comme des objets » :

“We were almost like objects. ‘Oh I forgot we have a Sami here also. Oh, come on, Jojk⁶² now!’ That’s the way it is”. (Op.cit.)

Per-Erik, un éleveur sami qui s’est récemment impliqué dans le développement d’une activité de guide sami évoque la même idée, soulignant caricaturalement que les Samis sont parfois montrés comme des singes sur les foires de curiosités :

“They’re using for many ways to show Sami people. That one can see like a monkey”. (Per-Erik K., été 2011 à Ritsem)

Les divers témoignages allant dans ce sens rejoignent souvent un point de référence commun, évoqué comme l’exemple à ne pas suivre : la ville finlandaise de Rovaniemi. Le tourisme de Rovaniemi est pointé du doigt par les Samis de Suède comme l’aboutissement de la « *disneyization* » de la culture samie (terme employé par Nikka S., un éleveur sami) :

“I mean, I don’t want the Finnish way to show the Sami culture”. (Nikka S., été 2008 à Stora Sjöfallet)

Lennart souligne aussi cet exemple, évoquant un triste mélange de culture samie et de l’industrie du père Noël :

“I mean look at the Finnish Lappland for example. It’s a sad mix between the Santa Claus and the Sami. And if that is the picture that you see on the market, how will people want to go to the north and see the real thing?”

[...] They are making huge business in their big hotels. They have charters flying to Rovaniemi to the Santa Claus experience in the winter”. (Lennart P. été 2011 à Gällivare)

⁶² Le *Jojk* est un chant traditionnel sami.



Photo 27. Exemples de publicités autour de l'image du père Noël et des rennes dans la ville de Rovaniemi, Finlande.
Photo : F. Revelin.

Ellen affirme que l'image folklorisante et romantique des Samis figée dans leur passé est souvent celle qui fait référence dans l'imaginaire des touristes. Ils s'attendent à voir les Samis vêtus quotidiennement de leurs vêtements traditionnels, et vivant dans des tipis, attente qui stimule finalement le type d'offre dénoncé ci-dessus :

"We don't live in these tipis anymore, and it's modern houses now. But some people don't know that, and they want to see the tipis, and some people with the clothes, and so on". (Ellen, été 2008 à Stora Sjöfallet)

Pour Lennart, un aspect sur lequel les Samis doivent absolument travailler pour éviter un tel développement du tourisme dans la région suédoise de Lapponie, est de prendre eux-mêmes en main la gestion du tourisme local, afin de développer des activités qui montrent la culture « vivante », c'est-à-dire le mode de vie des Samis tel qu'il existe aujourd'hui. Le problème, nuance-t-il, est qu'encore trop peu de Samis entreprennent de telles activités et il n'existe finalement que très peu d'offre pour cette forme de tourisme :

"But I think there's a lack of Sami entrepreneurs, who really get the chance to a business. So even when you come here as a tourist, and you go to the tourist office here and say I want to experience this that you have on you website and that you have on your brochures, they have very few companies that can accommodate to tourists. So we need to be better on showing us, not only the pictures, but also to have the trips and the experience for people.

I think the only way to manage is that eventually, when the clients get opportunity to choose between a sami fake experience or a real sami experience, everyone will use and choose the real knowledge... Meeting real people, eating good food, you know". (Lennart P. été 2011 à Gällivare)

Cette position reflète celle exposée par la communauté samie dans sa proposition de plan de gestion, soulignant l'importance que le développement du tourisme sami reste aux mains des Samis eux-mêmes, et se positionne ainsi comme un complément à l'activité d'élevage. Dans cette logique, limiter les éventuels conflits d'usages et d'intérêts entre le tourisme et l'élevage ne serait plus un problème :

« La capacité à développer des produits authentiques basés sur la culture samie est, d'après les communautés d'éleveurs, avant tout celle des détenteurs-mêmes de cette culture : les Samis eux-mêmes. [...] Le tourisme sami implique aussi la possibilité de diffuser des connaissances et des informations précises et justes sur l'histoire samie, la culture et les activités modernes au grand public, en Suède et à l'étranger.

Une contribution active des Samis dans le développement du tourisme dans leur région d'élevage des rennes peut également réduire le risque de conflits entre l'élevage et le tourisme. Grâce à une bonne connaissance et une bonne planification, les flux touristiques peuvent être canalisés en dehors des zones sensibles. Le but des communautés d'éleveurs est que l'élevage du renne demeure leur activité principale, et que le tourisme se développe comme un complément ».⁶³ (Teilus & Lindhal, 2000 : 51, traduction de l'auteure)

Se dessine finalement autour des enjeux liés au tourisme, un paradoxe complexe. D'un côté, les Samis militent pour que la région ne soit pas considérée et présentée comme un *wilderness*, mais au contraire comme une terre où vivent les hommes. D'un autre côté, ils redoutent l'utilisation de leur culture comme une ressource à valoriser pour fonder un produit touristique, menant *in fine* à une forme de folklorisation et de muséification de leur culture. Dans le même temps, les Samis se confrontent à diverses contraintes, culturelles et légales, qui limitent leur implication dans le développement d'activités touristiques, activités sur lesquelles ils veulent garder une forme de contrôle, pour éviter des développements abusifs qui entreraient directement en conflit avec leurs activités traditionnelles.

Derrière la question du Patrimoine mondial, ce sont en définitive des enjeux de gouvernance qui se dessinent pour les Samis, tant d'un point de vue symbolique que pratique (Roué, 2013). On constate finalement que dans ces logiques, la conception du label Patrimoine mondial comme catalyseur du développement touristique n'est pas au centre des préoccupations, mais que prévalent au contraire la reconnaissance et le respect de leur culture et de leurs droits. La question du tourisme a finalement été éclipsée par ce long processus de négociations qui a émergé de la confrontation de visions opposées d'une même région. Pour les Samis, le tourisme est dans ce processus abordé avant tout comme l'un des divers enjeux interagissant avec leurs propres intérêts et devant être considéré dans la gestion du site dans le respect des usages traditionnels des Samis.

63 « Kompetens att leverera genuina produkter som bygger på den samiska kulturen finns, enligt samebyarna, i första hand hos kulturbärarna själva - samerna. [...] Samisk turism innebär också möjligheter att sprida korrekt kunskap och information om samernas historia, kultur och moderna näringar till allmänheten i Sverige och internationellt.

En aktiv samisk medverkan i turismutvecklingen i renskötselområdet kan också minska risken för konflikter mellan rennäring och turism. Med kunskap och god planering kan turist-strömmarna styras bort från känsliga områden. Målsättningen från samebyarnas sida är att rennäringen även fortsättningsvis ska vara en samisk huvudnäring och att turismen utvecklas till ett bra komplement ».

Nous avons vu de surcroît que le tourisme, tel qu’il existe dans cette zone préalablement constituée de Parcs nationaux, repose largement sur la représentation de la région comme un *wilderness* (Wall Reinus, 2009 ; Revelin & Roué, 2012). Là encore émerge un conflit de représentations, que les Samis entendent résoudre en revalorisant la dimension culturelle des paysages de la région. Parallèlement, ils redoutent la folklorisation de leur culture par des usages abusifs d’images et d’objets samis par des opérateurs touristiques extérieurs, tel que l’exemple archétypal de la ville de Rovaniemi en témoigne. Nous allons voir qu’au contraire, dans les conceptions des collectivités locales et des instances représentatives de l’Etat, le développement du tourisme, et en particulier du tourisme de nature, demeure une question fondamentalement liée à l’obtention du label.

2.3. Pour les collectivités locales, une plus-value patrimoniale à valoriser comme gage de la qualité des paysages

Pour les représentants de l’État suédois et des collectivités locales, le classement sur la Liste du patrimoine mondial est une image de qualité de plus dans le système de protection de la nature. Il atteste d’une dimension remarquable des paysages.

Dans cette perspective, la conservation de ces vastes aires naturelles est aussi conçue comme une opportunité pour les valoriser et développer un tourisme de nature dans la continuité des activités historiquement associées aux Parcs nationaux. Berndt W. travaille depuis 2000 pour le district de Gällivare et représente cette collectivité locale pour les questions relatives au Patrimoine mondial. Disposer d’un site du Patrimoine mondial sur son territoire est selon lui favorable au développement du tourisme:

“When you get a World Heritage, you get automatically a higher value in tourism, in your trade brand, how to say, it’s more valued because it’s very... Of course, it depends on what you are, what kind of World Heritage you are”. (Berndt W., été 2011 à Gällivare).

Il présente son point de vue de manière plus détaillée en m’expliquant ce qui fait, selon lui, la valeur de Laponia pour attirer le tourisme :

“We know that nature, and Sami culture, and the nature, the character of the nature. It’s not only the nature itself, it’s the character of the nature that is... it’s a quiet space, you have very few people, you have no services - little services -, you have to manage on your own, mostly, it’s very vitiated, it’s lakes, it’s woods [forests], it’s mountains, snow, you have the climate, that’s one value which is very rare today, especially in Europe, you have it of course in America, but in Europe it’s very rare. But it’s quite fruitful, especially for the European. It’s quite easy to get here, if you compare with Alaska or something like that. So if the need, if people want to, it’s going to grow because of that.

[...] It has to be developed because the tourists ask for it. They will ask, the tour operators and travel agencies, they will come here and ask for this kind of tourism”. (Op.cit.)

Bien qu'il fasse mention de la culture samie, ce témoignage est fondé sur l'idée que l'attractivité de Laponia repose très largement sur sa dimension naturelle : sur la nature sauvage. Le propos de mon informateur a cela d'intéressant qu'il insiste sur le « caractère » spécial de cette nature : ce n'est pas la nature en soi qui a une valeur si forte, c'est le caractère de cette nature-là, celle de Laponia. Un caractère décrit grandement à travers la vision d'un *wilderness* : il invoque les « grands espaces silencieux », « très peu de gens », « pas de services » (ou très peu, c'est-à-dire trop peu pour perturber l'image de cette nature-là), « des montagnes », « de la neige ». C'est tout cela conclut-il, qui a une valeur aujourd'hui pour attirer le visiteur : l'image d'une nature à l'opposé de l'homme, nature recherchée et rêvée par le touriste citadin en mal de solitude et d'immersion dans des paysages pensés comme vierges. L'évocation des Etats-Unis signe clairement l'allusion au *wilderness*, si « rare en Europe », mais en même temps si accessible ici. Laponia représente ainsi une garantie supplémentaire, une plus-value qui confirme la qualité des paysages naturels. Le label offre une image renforcée pour promouvoir la région comme destination pour ce type de tourisme.

Pour Berndt, le lien entre tourisme et site du Patrimoine mondial apparaît donc comme une évidence. Admettant cela, la question qui se pose selon lui n'est pas tant comment développer l'attractivité, c'est-à-dire comment utiliser cette image de marque liée à la plus-value patrimoniale, mais plutôt, comment anticiper le développement de la fréquentation touristique de Laponia. Comment gérer ce tourisme et comment le canaliser ? Comment en tirer des bénéfices ? Telles sont en substance les préoccupations qui ressortent de nos échanges :

“But we have to take of it, and manage the tourism so that the values of Laponia won't be destroyed⁶⁴, because you have fragile nature, you have the cultural issue, you have reindeer herding. It has to be taken care of. It's necessary to do something. We want to... Something has to be done, I don't know exactly what, but something has to be done to manage tourism. And that will be more and more companies who will be asking for too, or make tourism : fish, hunt, hike, sledge dogs, climbing, whatever. In Laponia, because the brand Laponia become higher and higher level value in tourism. Because that's how most World Heritage have developed”. (Op.cit)

On se situe là très clairement dans la recherche d'un équilibre entre le développement par le tourisme et les enjeux de conservation du site. Pour Berndt, le tourisme amené à se développer doit faire l'objet d'une réelle réflexion – dont il avoue encore avoir du mal à saisir exactement la teneur – mais en somme, il s'agit d'épouser la conception d'un développement durable. Les collectivités locales envisagent l'évolution de la fréquentation touristique selon le schéma suivant : de plus en plus de demande, donc de plus en plus d'offre, et une offre de plus en plus diversifiée. Il s'agit pour

⁶⁴ Il fait référence à la valeur universelle exceptionnelle du site telle que décrite par la Convention.

les collectivités d’anticiper une telle fréquentation, d’être capable de l’encadrer. L’enjeu est de réussir à combiner développement touristique et maintien de l’intégrité du site.

Au cours d’un long entretien réalisé en 2011, le chargé de mission de la ville de Gällivare a précisé que les années d’intenses négociations successives à l’inscription du site ont permis aux divers acteurs de mieux saisir les autres points de vue sur Laponia et sur sa gestion, et en particulier le point de vue des Samis. Les valeurs culturelles sont désormais plus largement reconnues par les différentes parties et font partie intégrante des dimensions qui apportent une plus-value au tourisme local :

“And then you add, to this you can add the Sami culture which is also a value... It’s coming to be bigger and bigger (...) in Laponia business. Because it’s so, it’s genuine, and it’s living, they are still working as reindeer herders. You can see people in their lives, working with reindeer and practicing the culture. It’s not a museum”. (Op.cit.)

De manière évidente, il évoque là un potentiel limité à un type de tourisme très particulier. Berndt développe plus en détail cette idée, expliquant que l’expérience d’une région comme Laponia est spontanément associée à un tourisme de petite échelle, recherchant une expérience « authentique » (*genuine* selon le terme anglais qu’il utilise), des touristes qui ont des moyens et recherchent une forme d’exclusivité. Il se situe ainsi dans la droite ligne des attentes exprimées par les Samis :

“And that really, the genuine, and that’s really high valued in tourism business, [...] because people want to have more exclusive and, they can afford it, so they [have] the money, and they have seen everything you know. They have been everywhere, they have been to the Inuit people, and they have been to the jungle in Borneo, and so forth. And now they want to, the genuine, and they can afford it.

- But that’s very few people, no?

It’s not that that you call the mass tourism, that is for instance, everybody who goes to Thailand, and they come for the... you want, at the same time you have holiday, you want to see something that nobody else will see, or very few, and you have a relationship to the tourist manager [guide] and you want to learn something. You will have an experience that will teach you something. You want something, do you know the Swedish word “häftigt”? In English it means it’s ‘cool’, or ‘awesome’, that’s what they want. They want to come back home and think ‘I learned something, I know something’, ‘I have talked to Lennart Pittja who is there and has reindeers. He has told me about his life and showed me how they do with the calves and things like that’. That’s the main road for this kind of tourism”. (Op.cit.)

Non seulement le label du Patrimoine mondial est pour les collectivités locales une plus-value importante au regard du tourisme, mais ce lien se caractérise de surcroît par la vision d’un tourisme très spécifique, proche des valeurs défendues à travers le label. Cette vision reste néanmoins de l’ordre de l’expectatif ; il s’agit d’une représentation du tourisme amenée à se développer. Dans les

faits, aucune preuve n'est encore établie de la corrélation entre le développement d'un tel tourisme et le label du Patrimoine mondial.

Cependant, dans les projets en cours portés par le nouveau plan de gestion, on note clairement que les visions évoluent : même si l'image d'une nature sauvage perdure, la question culturelle gagne en légitimité. La culture samie est à la fois vue comme la garantie supplémentaire d'une expérience touristique « authentique », et le tourisme devrait à terme être davantage géré, « détenu » même, par les Samis qui occupent cette région, tel qu'ils l'ont largement souligné dans leur propre proposition de plan de gestion (cf 2.1. de ce chapitre).

“The goal for us is that the Sami people themselves own tourism so they can work and handle the tourism the way they want, not the way anyone else want. So they own the, it's very important that they own the tourism themselves. And it's made on their, their conditions to say it. Nobody else is going to tell them how to do with the tourism. They tell the tourists about their lives and their culture, in their own ways”. (Op.cit.)

On constate finalement que les longues négociations qui ont suivi l'inscription du site ont permis de créer un cadre pour un dialogue fructueux entre les divers gestionnaires de la région, qui a permis de mieux comprendre et intégrer le point de vue des Samis, largement ignoré dans de précédents projets touchant à la gestion de ce qu'ils considèrent comme leurs terres.

3. Les évolutions récentes : replacer le paysage culturel sami au cœur de la gestion de Laponia

3.1. Un comité de pilotage majoritairement sami

Les 22 et 23 août 2011 marquent un tournant majeur pour la gestion de Laponia. L'ensemble des acteurs engagés dans les négociations autour de la gestion du site se sont réunis à la station touristique de Stora Sjöfallet, située dans l'enceinte de Laponia, pour voter et adopter le nouveau plan de gestion triennal et investir le nouveau Conseil d'administration. Se déroulant les derniers jours de ma mission de terrain en été 2011, j'ai participé comme observatrice à cet événement important dans l'histoire du site.



Photo 28. Réunion des divers acteurs de Laponia lors du vote du plan de gestion et du comité de pilotage de Laponia, à Stora Sjöfallet, les 22 et 23 août 2011. Photo : F. Revelin.

Ce Conseil d'administration est l'aboutissement de quinze ans de négociations entre les divers porteurs d'intérêts vis-à-vis de Laponia depuis son inscription en 1996. Il est constitué de 9 sièges, qui représentent tous les niveaux de la société suédoise : l'Etat, la région, les collectivités locales et la population autochtone. Il a été décidé par consensus que les Samis détiennent la majorité sur les 9 sièges du comité, ainsi répartis de la manière suivante :

- 5 sièges pour les représentants Samis
- 2 sièges pour les collectivités locales, (1 siège pour Gällivare et 1 siège pour Jokkmokk)
- 1 siège pour le *Länsstyrelse* (administration régionale représentant l'Etat suédois)
- 1 siège pour le *Naturvårdverket* (agence nationale pour la protection de la nature).

En étant majoritairement sami, ce nouveau comité de pilotage de Laponia témoigne des réels changements dans la gouvernance de la région. Les revendications des Samis pour faire reconnaître la dimension culturelle du site et regagner une légitimité dans sa gestion sont clairement prises en compte par ce projet.

Michael Teilus, membre de l'association samie Mija Ednam qui a largement contribué aux négociations durant le « Processus Laponia », a été élu président de ce nouveau comité de pilotage. Il souligne que cette majorité samie marque un tournant important pour la reconnaissance des droits autochtones, discours repris et cité dans la revue du Patrimoine mondial (n°62, publié en février 2012) :

« Le fait de laisser les Samis se charger de la gestion et de l'exploitation du site constitue un grand pas en avant. Certes, nous n'avons pas encore obtenu le droit d'exercer une autorité publique mais la situation actuelle s'en rapproche beaucoup. Par ailleurs, il n'est pas certains que nous serions disposés à prendre immédiatement en main toutes les tâches dont se chargent les autorités. Mais si nous envisagions de le faire à l'avenir, nous serions prêts à assumer cette responsabilité ». (Michael Teilus, cité in Lindstrand, 2012 : 24)



Photo 29. Michael Teilus lors de son investiture comme nouveau président du Conseil d'administration de Laponia, à Stora Sjöfallet, août 2011. Photo : F. Revelin.

Cette nouvelle gouvernance liée au site du Patrimoine mondial a été largement médiatisée et présentée par toutes les parties engagées dans le processus de négociation comme un succès. Le mode de décision par consensus qui a guidé toutes les négociations et les décisions relatives à la gestion du site est particulièrement mis en exergue, comme un modèle de démocratie participative. Il contribue notamment à donner une lecture du Patrimoine mondial comme un cadre ayant permis de faire dialoguer ensemble des acteurs aux conceptions et opinions divergentes. C'est l'image que porte l'article publié en février 2012 par la revue du Patrimoine mondial, dans son n°62 consacré au

Patrimoine mondial et peuples autochtones et qui insiste sur le « nouvel esprit de consensus » incarné par la nouvelle administration du site Laponia.



Figure 35. Double page introductive de l'article consacré à Laponia dans la Revue du Patrimoine mondial, par Åsa Lindstrand, n°62, février 2012, pp 20-25. Source : <http://whc.unesco.org/fr/revue/>

Cet aboutissement de près de quinze ans de négociations au total est acclamé quasi unanimement. Le 22 août 2011 - jour de l'adoption du plan de gestion et du nouveau Conseil administratif de Laponia - est présenté dans la presse locale comme « un jour historique » (dans le quotidien *Norbottens-Kuriren* du 23 août 2011), « un lundi durant lequel une page de l'histoire s'est écrite pour Laponia » (dans le quotidien local *Norrländska Socialdemokraten* ; voir figure 36 ci-contre).

Pourtant, malgré la satisfaction d'une telle issue à ces négociations, Ellen, une jeune Samie qui a siégé dans l'association samie Mija Ednam me fait part de ses réserves. Lors de notre trajet de retour de cette réunion, elle m'explique qu'il est important de veiller à ce que cette nouvelle administration composée d'une majorité samie ne soit pas uniquement instrumentalisée comme une image forte et un symbole de progression du dialogue entre les autorités suédoises et les autochtones. Il faut au contraire s'assurer que cette nouvelle gouvernance ait une vraie influence dans la pratique. La Suède est en effet l'un des pays qui n'a pas signé la Convention 169 de l'OIT (Organisation internationale du travail), qui protège les droits territoriaux des peuples autochtones, et est à ce titre pointée du doigt par les Samis de Suède. Pour Ellen, à ce stade, c'est-à-dire au lendemain de l'adoption du nouveau conseil, le succès de ces négociations n'est donc pas encore confirmé, même si elle ne nie pas qu'il

s'agisse d'un succès pour les Samis ; mais il faudra attendre de voir la nouvelle mise en œuvre de la gestion du site avec une réelle participation des Samis. L'obtention de la majorité de sièges dans cette nouvelle organisation est symboliquement très forte.



Figure 36. Articles de la presse locale sur le succès du nouveau conseil d'administration de Lapponia, 15 ans après l'inscription du site, le 23 août 2011. A gauche, le *Norbottens-Kuriren* titre : « La responsabilité de Lapponie établie ». A droite, le *Norrländska Socialdemokraten* titre : « Aujourd'hui a lieu un séminaire dans Lapponia ». Sources : *Norbottens-Kuriren* et *Norrländska Socialdemokraten*, éditions du 23 août 2011.

Au contraire, pour Berndt W., qui a obtenu le siège de représentant du district de Gällivare dans cette nouvelle administration, la majorité samie n'est pas si fondamentale. Il m'explique que ce qui est important de son point de vue, c'est le mode de décision par consensus. C'est pour lui un symbole très fort car unique et novateur : c'est la première fois que tous les niveaux de la société suédoise sont représentés dans une institution commune pour prendre des décisions relatives à la gestion d'une région. En considérant que ce système participatif prévaut, alors toute notion de majorité n'est plus si importante :

"But the question of majority is not that important, because the whole process worked in consensus, it was very successful when we worked in the process, so we wanted to have it like that also in the organisation, so that makes that this majority is not that important". (Berndt W. été 2011 à Gällivare)

Cet informateur rappelle d'autre part qu'il faut dissocier les compétences en matière d'autorité, qui restent aux mains de l'autorité régionale, c'est-à-dire le *Länsstyrelse* qui représente l'Etat suédois, et

les compétences en matière d’administration et de gestion, qui sont transférées à cette nouvelle organisation :

“And then, the länsstyrelse is still the authority for Lapponia, so they are those who give the permissions [for instance]. So this new organisation is not the authority of Lapponia, it’s the management of Lapponia. So the authority, they give the permissions and this kind of things, and that’s länsstyrelse. But the management, that’s the new organization, the Lapponia board. To take care of the, for instance the visitor center, and to work with the tourism, and to work with the information and education”. (Op.cit.)

Ce témoignage montre que si le nouveau conseil d’administration de Lapponia est largement présenté comme un succès, et médiatisé comme tel, il subsiste des nuances limitant l’ampleur de la nouvelle gouvernance qu’il incarne : elle est finalement plus forte symboliquement que dans la pratique. Ce fait transparait d’ailleurs en creux de la citation faite plus haut des propos de Michael Teilus, qui indiquait avec habileté qu’ « il n’est pas certains que nous [les Samis] serions disposés à prendre immédiatement en main toutes les tâches dont se chargent les autorités. Mais si nous [les Samis] envisagions de le faire à l’avenir, nous serions prêts à assumer cette responsabilité » (*ibid.*).

Pour conclure sur ce tournant d’août 2011, il est intéressant de constater qu’alors que les longues négociations entre les divers acteurs avaient relégué au second plan les préoccupations touristiques – éclipsées par la prévalence pour les Samis des enjeux liés à leur rôle dans la gestion du site et à la reconnaissance de leur mode de vie lié à l’élevage - elles réapparaissent à cette étape du processus comme un enjeu de gestion de premier plan dans les compétences et les missions de la nouvelle organisation. Loin d’être un simple retournement, il s’agit au contraire du résultat d’une lente évolution, au cours de laquelle les Samis ont réussi à négocier un recentrage des visions de Lapponia à travers ses valeurs culturelles. Les enjeux de gestion liés au tourisme peuvent désormais être considérés dans le cadre de cette conception si importante dans leur démarche, ce qui débloque les projets liés à cette question. Nous verrons que le plan de gestion et la nouvelle administration projettent donc, comme l’évoque Berndt à la fin de son propos, de développer des centres pour les visiteurs, de l’information, des projets éducatifs dans lesquels la dimension culturelle est fondamentale.

3.2. Les toponymes samis comme un révélateur des paysages culturels

Un autre symbole fort de cette reconnaissance est la revalorisation de la langue samie : les projets portés par le nouveau Conseil d'administration utilisent systématiquement les deux langues, le sami et le suédois. Par exemple, le Conseil d'administration de Laponia est officiellement baptisé en sami : *Laponia Tjuottjudus*.

Pour les Samis, il est particulièrement important que les toponymes soient d'abord donnés en sami, car ils reflètent une forme très forte de leurs liens historiques à la région. En page de garde du nouveau plan de gestion (figure 37), admis en 2011 et publié officiellement en février 2012, figurent en premier lieu les termes samis : c'est le cas par exemple dès l'intitulé pour *Tjuottjudusplána*, qui signifie « Plan de gestion », ensuite traduit en suédois puis en anglais.

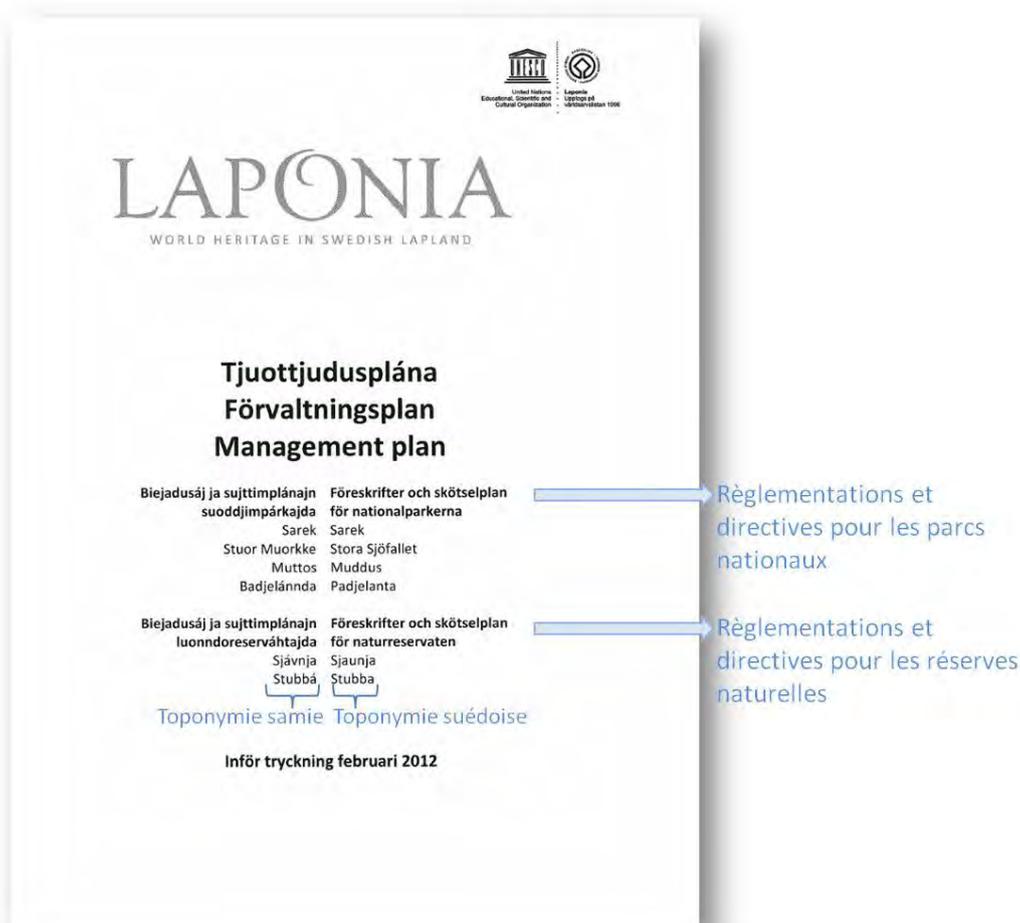


Figure 37. Page de garde du Plan de gestion officiel de Laponia. Adopté par consensus en août 2011, publié en février 2012. Source : laponia.nu/laponiatjuottjudus, 2013.

Dans le complément de dossier rédigé pour inclure les critères culturels à la candidature finale en 1996, l'importance des noms de lieux comme forme d'attachement des Samis à la région et aux paysages avait déjà été mise en lumière (cf 1.2 de ce chapitre). De surcroît, la substitution des termes

samis par des termes suédois au cours de l’histoire récente représente aux yeux des autochtones un symbole fort de la colonisation du nord et du déni de leurs droits.

Ainsi Per-Erik, un éleveur sami qui s’est impliqué dans le processus Laponia, m’explique combien il est important de rétablir l’usage des terminologies samies. Il souligne que la toponymie samie est fondamentale, car elle permet aux éleveurs de trouver leur chemin dans les montagnes quand ils migrent avec leurs rennes. Ils ont besoin de repères visuels très descriptifs. L’usage de noms descriptifs pour se référer aux lieux a permis durant des siècles de se repérer dans ces vastes espaces, où les transhumances ne sont pas toujours identiques selon les années ou les conditions. Sur son Smartphone, Per-Erik me montre l’exemple d’une photo prise lors d’une promenade en montagne, en direction de la frontière norvégienne, dans la zone où il vit en été près des pâturages de ses rennes. Quand il avait quinze ans, il a traversé cette zone nommée *Biernatjåhkkå* en sami, littéralement la montagne des ours. Il s’était alors interrogé, car il s’agit d’une montagne nue, un milieu où ne vivent pas les ours en théorie, et le nom du lieu lui avait alors semblé étrange. En s’y rendant de nouveau près de trente ans plus tard, il comprit que cette montagne était ainsi nommée car il s’y trouve un énorme rocher en forme de tête d’ours.



Photo 30. "Biernatjåhkkå", le « sommet de l’ours », photo prise par Per-Erik pour montrer combien les toponymes samis traduisent une lecture des paysages locaux. Photo : Per-Erik K.

A travers divers exemples de toponymes locaux qui représentent des lectures très fines des paysages, Per-Erik montre finalement que la toponymie samie entre dans un système plus large de savoirs et de savoir-faire des autochtones sur leur environnement, directement liés à leur subsistance et leurs pratiques et leurs modes de vie traditionnels.

C'est notamment selon cette conception que les Samis décrivent ces vastes régions comme des paysages culturels, dans le sens des définitions catégorielles de l'Unesco, à travers leurs liens étroits et leur connaissance intime de la région, sans pour autant que leur présence ait laissé de traces à proprement parler dans le paysage. Pourtant il a conscience que l'image d'un *wilderness*, d'une nature sans l'homme est largement celle qui prévaut dans les imaginaires collectifs associés à la région. Mais pour lui au contraire, et pour les Samis qui vivent ici, les traces de la présence des hommes sont partout pour qui sait les voir, parce que les noms de lieux, mais aussi leurs savoirs et savoir-faire traditionnels vis-à-vis de leur environnement leur donne cette lecture très particulière des paysages.

3.3. Un projet d'information du public centrée sur le renne comme symbole du lien nature-culture

“I was representing the Sami villages in [a group of] the Laponia Process. For all of the Sami villages of Laponia. And in this group, we were working about this naturum, and the smaller visitor centers, in Kvikkejokk, Porjus, Gällivare, and here in Jokkmokk”. (Stina K.H., été 2011 à Jokkmokk)

Stina est une jeune Samie issue d'une famille d'éleveurs, qui s'est impliquée depuis le début des négociations du Processus Laponia jusqu'à l'établissement du nouveau Conseil administratif de Laponia en août 2011 comme représentante pour les questions relatives à l'accueil et à l'information des visiteurs dans Laponia. De 2006 à 2009, elle a siégé dans le groupe de travail n°3, chargé de développer les centres pour l'accueil et l'information des visiteurs sur le terrain. Après 2009, elle a continué à travailler sur ces projets. Je l'ai rencontrée pour un entretien en 2011, dans un bureau du Musée sami de Jokkmokk où elle travaille.

Quelques jours avant l'adoption officielle du plan de gestion et du Conseil administratif de Laponia, elle me présente la nature et les enjeux des projets qu'elle porte pour cette nouvelle structure.

“Now we are working to build the naturum. And we want also to make new information in the mountains. [We will put] information in the cabins, like in the STF cabins. All that you can read about Laponia, and the heritage, and the Sami culture. In some cabins, not in all the cabins”. (Op.cit.)

Stina travaille à élaborer deux projets majeurs, qui doivent être concrétisés à l'objectif 2014 et auxquels elle fait ici allusion. Le premier, et le plus conséquent, est celui du *naturum*, un centre d'accueil pour les visiteurs. Le terme « naturum » est couramment utilisé en suédois pour définir des petites expositions permanentes de type écomusée, qui présentent la nature suédoise et l'histoire culturelle de la localité où il est installé. Les *naturum* suédois diffèrent néanmoins de l'idée d'écomusée au sens français, en ce qu'il s'agit souvent de plus petites structures, comme l'indique littéralement le terme : « une pièce sur la nature ». Il s'agit en somme de petits centres d'informations, situés en général à proximité d'aires naturelles et visant à l'information des visiteurs sur les spécificités de l'environnement local. Ils s'inscrivent pleinement dans la tradition du *friluftsliv* suédois valorisant le plein air et la proximité avec la nature. Le *naturum* de Laponia se veut laisser une place importante à la présentation de la culture et de l'histoire culturelle locale. Il sera complété par plusieurs antennes mineures, réparties dans les zones considérées comme les portes de Laponia, c'est-à-dire les villes et hameaux à travers lesquels on accède au site : Gällivare, Jokkmokk, Kvikkejokk et Porjus. Il s'agira de petites zones d'information, installées près des gares, dans l'office de tourisme ou dans d'autres structures déjà dédiées à l'accueil des touristes. Le second projet concerne la mise

en place au sein de Laponia d'un système d'informations sur le Patrimoine mondial, sur la culture samie et sur l'élevage des rennes. Il s'agira notamment d'afficher des panneaux informatifs et de distribuer des brochures dans les structures utilisées par les touristes dans l'enceinte de Laponia, en particulier les stations de montagnes et les refuges.

Pour ces deux projets, Stina travaille à donner une orientation selon le point de vue des Samis, qu'elle représente : l'idée est de produire et de diffuser une information à destination des visiteurs du site à travers une « perspective samie ».

“All this information, and the naturum we are going to build, and all this information, we make it from the inside perspective. More than an outside perspective. So the information that you'll get when you are inside the area, it will come from the local.” (Op.cit.)

On retrouve ici l'influence des revendications samies exposées plus tôt. A travers ce projet relatif à l'accueil des visiteurs, les Samis souhaitent concrètement participer à une forme de gestion de leurs terres. Stina porte donc dans ce projet la volonté, déjà évoquée, de rétablir une légitimité des Samis et de leurs visions de la région, à contre sens des précédents projets qui ont progressivement nié les liens des Samis à ces terres au cours de l'histoire.

“Yes, before it was more from an outside perspective, and it's lot about the nature, and wilderness, and so. It's not from a Sami perspective.

- And from who comes this information, I mean who gives this outside perspective?

It's a lot from the government, and you know, all these national parks. I think it's a lot about the nature and the wilderness in this area.” (Op.cit.)

Il s'agit de nuancer la vision des paysages locaux comme un *wilderness* qui caractérise souvent l'imaginaire touristique associé à la région, pour au contraire revaloriser leurs liens étroits à l'homme. Le but pour les Samis est de participer à cette présentation de leur région comme une région de culture, comme le pays sami, et donc de limiter l'influence du tourisme comme un medium consolidant une vision exclusivement naturaliste. Dans ces deux projets d'information et d'accueil du public - l'un très centralisé et canalisé dans des structures spécialisées, l'autre plus diffus et dispersé sur le terrain - l'idée est ainsi de replacer le paysage et la culture samie au cœur de la gestion du tourisme.

La conception du « naturum » est particulièrement emblématique de cette ambition. Il est prévu de le construire à Stora Sjöfallet, c'est-à-dire dans l'enceinte de Laponia, et plus précisément dans la zone du Parc national de Stora Sjöfallet, importante pour les Samis car il s'agit d'un passage traditionnel de migrations lors des transhumances avec les rennes. Per-Erik, un Sami impliqué dans la future gestion de Laponia, salue ce choix car il s'agit selon lui d'un lieu très représentatif et porteur de sens. De là en effet, on aperçoit les petites cascades de Stora Sjöfallet, qui sont des cascades artificielles en raison de l'importante exploitation hydroélectrique de la zone et du vaste barrage de *Suorvva*, quelques kilomètres en amont. Alors que le nom *Stora Sjöfallet* (en suédois), ou *Stuor Muorkke* (en sami), signifie originellement « les grandes cascades » en raison de la remarquable hydrographie naturelle qui préexistait à l'installation des barrages et à l'inondation des vallées, les cascades naturelles ont été progressivement noyées dans des lacs au cours du siècle dernier, faisant du même coup perdre aux Samis d'excellents pâturages.

Aujourd'hui, l'ancienne vallée est un vaste lac (*Langas*), dont on voit le niveau fluctuer au cours de l'année en fonction des divers lâchers de barrages pour les besoins en énergie. Les variations du niveau de l'eau laissent apparaître un paysage stérile, en particulier lorsque les lacs sont au plus bas. Les Samis donnent à ce sujet souvent l'exemple du lac amont, près de Ritsem, dont le niveau peut varier jusqu'à 30 mètres. Depuis l'emplacement du futur naturum, on aperçoit aussi sur les hauteurs la centrale électrique qui distribue des lignes en direction des villes situées à près de 100 kilomètres plus à l'est. Pour Per-Erik, ce lieu porte donc les traces de l'histoire et de la réalité vécues par les Samis. Il insiste sur l'importance de ne pas avoir cherché un lieu plus neutre et plus esthétique, qui aurait dissimulé au visiteur de tels éléments. Ici, le paysage offre au contraire une lecture évocatrice du « vrai paysage » du pays sami et c'est selon lui à travers de tels exemples que l'on peut amener le visiteur à mieux comprendre ce que signifie « une culture samie vivante » - c'est-à-dire confrontée à tous les changements en cours dans son environnement direct et à la compétition avec d'autres activités modernes.

Le choix du lieu est aussi stratégique : situé sur le passage de l'unique route qui traverse Laponia, près de la station touristique de Stora Sjöfallet, il est facilement accessible aux touristes.



Photo 31. Visite du lieu choisi pour le futur naturum avec les membres ayant participé à la réunion d'institution du nouveau Conseil d'administration de Laponia, le 23 août 2011. Une chargée de projet nous présente les plans de travaux. Derrière elle, on distingue les petites cascades de Stora Sjöfallet. Photo : F. Revelin.



Photo 32. La construction du naturum est prévue pour 2014, près de la station touristique et hydroélectrique de *Stora Sjöfallet*, accessible par la route 93 menant au cœur du site Laponia et en bordure du lac artificiel de *Langas*. Photo : F. Revelin.

Stina insiste également sur sa conception de son exposition permanente qui vise à redonner la parole aux Samis pour présenter leur région. Pour cela, l'exposition est entièrement construite autour du renne, envisagé comme un révélateur fort et symbolique de la continuité nature-culture telle que conçue dans la culture samie.

‘It’s also because the Sami follow the reindeer. I think the reindeer herding is very important, we need to explain how the reindeer move, why they are moving, and... because everything is depending on the reindeer.

The Sami follow them, and we have to be in this area, because the reindeer are here, and it depends all the time from the reindeer, and the weather and wind. So I think that... And the visitor exhibition that we are going to make in the naturum, everything should have the reindeer as a starting point. The idea is to tell about everything in Lapponia with the reindeer as a focus, in the middle. It’s a main thing for the Sami culture, for the language, for the Sami Duodji⁶⁵, maybe also for the tourists. So the reindeer is very important, in many aspects. So that what we discuss, that we can use the reindeer as a starting point for all information. Because for the tourists, sometimes they think reindeer is a wild animal. But we want to show it the other way”. (Op.cit.)

L'exposition vise à montrer combien la culture samie est ancrée dans l'élevage des rennes : l'organisation traditionnelle dépend entièrement des migrations des animaux ; Stina montre bien que les Samis « suivent » les troupeaux qui sont en liberté dans la nature. Elle explique que l'élevage des rennes transcende toutes les dimensions de la culture samie, citant comme exemple « le langage » et « l'artisanat », ainsi que les savoir locaux sur l'environnement en faisant allusion au « temps » et au « vent ». L'élevage est un élément central de la culture, emblématique d'une conception du rapport à la nature opposée à celle des touristes occidentaux, qui le voient souvent à travers l'image d'un animal appartenant au règne naturel, voire même comme un animal sauvage. Anna, qui travaille à l'office de tourisme de Gällivare, illustre cette vision à travers l'exemple fréquent de touristes qui pensent que les rennes sont élevés dans des fermes, cherchant à les visiter.

Finalement, pour Stina, un enjeu majeur des projets d'accueil et d'information du public dont elle se charge est de développer plus de cohérence entre le tourisme et l'élevage. Elle explique en effet qu'une meilleure information des touristes permet aussi de limiter les éventuels conflits d'usages qui pourraient facilement survenir sur un terrain commun aux usages récréatifs et pastoraux :

‘With this project, we are looking on how the information, how we can inform the tourists that they should go this way or that way, and avoid the sensitive zones or times. I think with the information, the more the visitors learn about Sami culture and work - the more knowledge they have - the more they respect the culture. And they know how to walk or where. (Op.cit.).

⁶⁵ Duodji est le nom donné à l'artisanat traditionnel sami et est devenu un label.

*

* *

Conclusion

A travers quinze ans d'évolution du processus de négociation autour de la gestion de Laponia, on peut observer que le tourisme n'a pas toujours eu le même statut aux yeux des divers gestionnaires du site. Face à l'intensité des conflits d'ordre politique et touchant aux revendications des droits autochtones, le tourisme a d'abord été relégué comme un enjeu de second plan, laissant la prévalence aux questions de gouvernance et à la nécessité de savoir qui devait et pouvait intervenir dans la gestion de Laponia. Pourtant, pour les collectivités locales, l'obtention du label a d'abord été vue à travers la perspective classique d'une augmentation de la fréquentation touristique de la région, via l'image de qualité que peut représenter ce label d'échelle mondiale. Pour les Samis en revanche, l'enjeu était différent et beaucoup plus fort : ce label était une occasion de porter leurs revendications et leur reconnaissance vis-à-vis de la gestion de cette région. On constate cependant que l'espace de tensions qui s'est créé entre ces deux conceptions opposées a finalement permis l'ouverture d'un dialogue débouchant sur une gestion participative du site. Dans ce contexte, le tourisme a alors pu être appréhendé par les Samis comme l'un des enjeux de la gestion de Laponia. L'accueil du public et donc la promotion d'une certaine image de Laponia leur donne l'occasion de revaloriser la dimension culturelle du site. Les Samis n'appréhendent pas tant le tourisme à travers sa dimension uniquement économique, que comme un enjeu de gestion. On verra dans la dernière partie de cette thèse comment certains Samis se saisissent de cette activité.

Conclusion de la partie III

La mise en parallèle des deux études de cas permet d'éclairer la dimension dynamique des processus qui se jouent autour du classement des sites en tant que Patrimoines mondiaux. Dans les deux cas, le moment de l'inscription du site, respectivement en 1996 pour Laponia et 1997 pour Pyrénées-Mont Perdu, constitue une étape dans un processus beaucoup plus complexe et évolutif, qui charrie diverses visions de l'articulation entre la conservation et le développement d'un site. Dans les deux cas, il ne s'agit pas de visions figées, mais au contraire de visions susceptibles d'évoluer. Les enjeux qui gravitent autour de ces classements mettent en mouvement les divers acteurs locaux, qui sont amenés à expliciter leurs visions face à ces enjeux.

Remarquons que dans les deux sites, l'initiative d'une candidature au Patrimoine mondial n'émane pas directement de la population locale. Pour Pyrénées-Mont Perdu, il s'agit en effet de l'idée d'un guide de haute montagne érudit, originaire de la région au sens large, mais pas de la vallée française concernée, et qui va porter le projet à travers une petite association autonome. Pour Laponia, il s'agit d'un projet initié par des représentants locaux de l'Etat suédois. La mise en perspective des deux situations révèle une analogie originale quant au glissement des critères d'inscription des sites, entre une première proposition basée sur des critères uniquement naturels, vers une proposition plus en phase avec les complexités locales qui prend également en considération des critères culturels, pour aboutir à la reconnaissance de biens mixtes. Et même, dans le cas de Pyrénées-Mont Perdu, le site est inscrit dans la catégorie des paysages culturels. Dans un cas, la prise en compte des critères culturels se fait plutôt par le haut, sous l'influence des prescriptions de l'Unesco, et dans l'autre cas, elle se fait plutôt par le bas, *via* des négociations portées par la population locale.

Cette évolution repose néanmoins sur des dynamiques différentes pour chaque cas. Pour Pyrénées-Mont Perdu, les porteurs du projet reconnaissent explicitement ne pas être parvenus dans leur première proposition à émettre un dossier en adéquation avec les évolutions récentes des critères de l'Unesco, et notamment l'émergence de la catégorie des paysages culturels. Il n'en reste pas moins que cette proposition spontanément tournée vers l'exceptionnalité d'un site perçu comme naturel traduit la vision érudite et savante des ses initiateurs, qui n'avaient pas jusque-là considéré l'approche que pouvaient en avoir la population agro-pastorale locale. Ce point suggère de nous interroger sur l'idée que le conflit profond décrit plus tôt dans le chapitre 6 émerge en partie en lien avec cette volonté très marquée de la part des initiateurs du projet de proposer une candidature qui

entre parfaitement en adéquation avec les catégories et les conceptions de l'Unesco⁶⁶. On peut en effet se demander si cette logique ne les a pas amenés à interpréter les visions locales de la région en se figeant dans ce cadre, sans vraiment considérer pleinement des réalités auxquelles se confrontent les populations locales. On remarque en effet que pour ces dernières, et en particulier pour les éleveurs, cette vision en quelque sorte fixiste et reliée à l'image de leur passé ne correspond pas forcément à un mode de vie en pleine évolution.

Pour Laponia, le tournant vers la mixité des critères de l'inscription reflète plus spécifiquement une opposition de fond entre des visions antagonistes d'une même région par différents acteurs. Alors que les représentants de l'Etat suédois fondaient leur dossier sur la vision de la région comme un *wilderness*, une nature sans l'homme, la prise en compte des critères culturels s'est opérée grâce à l'intervention de Samis qui s'opposaient à un projet supplémentaire déniait leurs liens étroits et historiques à cette région. Dans ce cas donc, Laponia, la population locale s'est très vite saisie de l'opportunité qu'une telle labellisation pouvait leur offrir pour revaloriser leur lien à cette région et revendiquer leurs droits à la gérer. Dans le cas de Pyrénées-Mont Perdu, l'effort d'une reconnaissance plus complexe et plus complète des spécificités de la région a continué à s'opérer dans le cadre créé par les initiateurs du projet de candidature. Néanmoins, les populations locales d'abord plutôt indifférentes au projet qu'ils se sont peu approprié, ont commencé à expliciter leurs points de vue dans le cadre d'une réaction contre des conditions posées lors de l'obtention du label, vécues comme contraignantes.

Le déroulement successif des dynamiques propres à chacun des deux processus de labellisation montre donc que les positions et les visions des divers acteurs quant à cet enjeu du classement, puis de la gestion d'un site, ont évolué. On note dans le premier cas présenté, Pyrénées-Mont Perdu, qu'elles ont abouti à des conflits très forts paralysant totalement la réflexion et la mise en place d'un plan de gestion du site. Dans le second cas, Laponia, on remarque au contraire un processus marqué par des négociations intenses entre les diverses parties, qui aboutissent finalement à une nouvelle gouvernance de la région en faveur de la reconnaissance des Samis à gérer leurs terres.

Au terme de quinze ans de confrontations donc, pour Laponia les différents acteurs sont parvenus à la mise en place d'une gestion par consensus qui intègre le point de vue et les activités des Samis, une avancée considérée localement comme l'apport le plus significatif de l'obtention de ce label. Dans Pyrénées-Mont Perdu au contraire, cette même période de quinze ans environ a été marquée

⁶⁶ On a en effet mis en avant les efforts mis en œuvre par l'association dans ce sens, pour maîtriser au mieux la conception du dossier de candidature.

par de tels conflits, qu'en été 2010, lors de ma dernière mission de terrain, le processus n'avait pas encore abouti à un cadre dans lequel pouvait se décider la gestion du site. Cependant, les négociations commençaient tout juste à redémarrer en intégrant des acteurs locaux des deux versants (espagnol et français), ce qui avait été totalement impossible auparavant en raison des conflits paralysants qui se jouaient côté français.

La comparaison de ces deux études de cas permet par ailleurs de mettre en lumière que, à travers les perspectives endogènes, les enjeux d'une labellisation Patrimoine mondial sont largement associés à ceux du développement touristique. Cependant, cette mise en relation peut prendre diverses formes, qui reflètent souvent des visions variées à la fois des questions de développement local, mais aussi du phénomène touristique. On constate dans les deux cas qu'il existe une représentation très forte du label du Patrimoine mondial comme un outil de publicisation des sites, c'est-à-dire comme une image de marque pour attirer le tourisme. Néanmoins, les divers acteurs ne se saisissent pas tous de la même manière de cette mise en lien, et l'on observe une oscillation entre une vision privilégiant la « qualité » du tourisme (axée sur les valeurs du tourisme : petits groupes, intérêt marqué pour la découverte de la région), à une autre privilégiant la « quantité » (axée sur les retombées économiques). Ainsi, certains, comme c'est explicitement le cas des représentants de collectivités locales de Laponia, se saisissent du label comme d'une opportunité pour continuer à développer le tourisme dans leur région, en tentant d'attirer un tourisme de plus en plus spécialisé, avec un intérêt grandissant pour la culture samie et pour les activités agro-pastorales. D'autres, comme un éleveur des Pyrénées, redoutent une hausse de fréquentation du site par un type de touristes qui ne serait pas vraiment profitable localement, à savoir des visiteurs de passage qui ne s'intéresseraient ni véritablement à la région, ni à la culture locale.

Finalement, lorsque l'on s'intéresse aux regards endogènes, on note que dans les Pyrénées le site est avant tout vu à travers la dimension contraignante qu'il représente pour la population. Cette vision est influencée d'une part par le problème des conditions imposées au moment de l'inscription du site - c'est-à-dire ce qui a été présenté comme des incongruités du point de vue de l'Unesco, alors qu'il s'agit pour les locaux d'événements de leur vie locale - et d'autre part, par la juxtaposition du label sur un « millefeuille » de systèmes de protection qui entretient le sentiment d'être constamment contraints dans les usages quotidiens de son environnement. En Laponie au contraire, le site est perçu à travers l'avancée qu'il a permis en termes de gouvernance locale, en élaborant un nouveau système permettant de faire dialoguer et décider ensemble des représentants de tous les niveaux de la société, en donnant un poids conséquent à la voix locale des Samis. Dans ce contexte, le site du Patrimoine mondial entre dans une logique beaucoup plus intégrative, puisqu'il permet aux Samis de

faire reconsidérer les usages de la région en donnant une place centrale à l'élevage des rennes. Le développement du tourisme est alors pensé selon une voie où les Samis contrôlent davantage les enjeux qui transforment leur région et se saisissent à la fois du tourisme et de la labellisation comme des arènes pour faire connaître et reconnaître leurs liens à la région.

PARTIE IV.

VIVRE DU TOURISME ET VIVRE AVEC LE TOURISME DANS DES SITES CLASSÉS

Introduction

Comment les acteurs locaux vivent-ils au quotidien le tourisme et vivent-ils du tourisme dans un site remarquable et protégé ? Dans cette quatrième partie, je propose une ethnographie de l'expérience locale du tourisme, davantage centrée sur le site Laponia où les enquêtes de terrain ont été plus approfondies, même si des données issues des enquêtes dans Pyrénées-Mont Perdu sont parfois mobilisées pour contribuer à une analyse comparative sur certains aspects. Mon objectif est de comprendre, à travers les discours de mes divers interlocuteurs locaux et l'observation, leurs visions et leurs vécus du tourisme, et les stratégies et pratiques qu'ils développent vis-à-vis de cette activité. Pour cela, deux niveaux d'analyse se complètent : il s'agit d'aborder à la fois le rapport au tourisme en tant que phénomène, et le rapport aux touristes en tant que sujets qui participent à ce phénomène. Cette réflexion s'attache à explorer comment est pensée et mise en œuvre localement la promotion du site auprès du public, et comment la gestion du tourisme se combine - ou non - avec les enjeux à la fois de l'agro-pastoralisme et de la conservation de la nature et des paysages sur le terrain. Son enjeu majeur est d'identifier les divers acteurs impliqués dans ces logiques pour saisir la variété de leurs visions et de leurs pratiques, et comprendre comment elles s'articulent les unes aux autres, ou éventuellement, s'opposent.

L'enquête ethnographique s'intéresse à ce qui intéresse les gens. Ma démarche a donc consisté à me demander en premier lieu, comme le suggère Saskia Cousin (2010), comment le tourisme et la présence des touristes font sens dans la réalité quotidienne des habitants, et donc comment ils définissent eux-mêmes cette activité.

« Si, pour les institutions internationales, le touriste doit passer plusieurs nuits hors de chez lui pour être considéré comme tel, les autorités locales, les commerçants et les badauds, et souvent les touristes eux-mêmes ne se préoccupent pas d'une telle définition ». (Op.cit. : 197)

En cherchant à saisir les interactions qui se créent sur le terrain entre les sociétés locales et les touristes et à cerner le rapport au phénomène touristique à travers les expériences, les discours et les représentations, mon approche empirique vise à examiner comment les habitants forment leurs propres catégories pour décrire le tourisme et les touristes.

Cette quatrième et dernière partie s'organise prioritairement autour de l'analyse des données issues de mes enquêtes ethnographiques dans Laponia, et plus particulièrement des entretiens réalisés avec les informateurs locaux présentés dans le tableau de synthèse en introduction de cette thèse, couplés aux observations de nombreuses et diverses situations d'interactions entre habitants et touristes, ce afin de combiner les discours et l'observation des faits. Pour cela, je mobilise dans certains cas les témoignages et les expériences de touristes qui apportent un éclairage intéressant pour faire écho à la perspective locale. Si le traitement comparatif des données est moins poussé pour approfondir l'analyse du cas de Laponia (chapitre 9), les chapitres 8 et 10 soutiennent néanmoins la comparaison, en mettant en perspective avec celles de Laponia le même type de données produites lors des enquêtes dans les Pyrénées. Cherchant donc à comprendre ce qui intéresse et préoccupe les sociétés locales dans leur quotidien marqué par le tourisme, j'ai largement favorisé une démarche de « laisser parler » et me suis efforcée de limiter l'emploi de termes et de catégories préconçues pour au contraire recueillir ceux de mes informateurs. L'ancrage théorique évoqué en introduction et en première partie aiguise d'emblée notre prudence vis-à-vis de la dichotomie entre touriste et habitant, ou visiteur et visité (Doquet & Le Menestrel 2006 ; Picard M., 2010). Ici, il ne s'agit pas d'opposer les habitants aux touristes, mais au contraire d'adopter une approche holistique, dans laquelle le tourisme est considéré comme un élément constitutif des dynamiques locales. A travers une approche longitudinale développée en deuxième partie, j'ai montré comment le tourisme s'insère dans les mécanismes étroitement imbriqués du développement local et, à ce titre ne doit pas être considéré comme une force exogène qui transforme la région, mais au contraire comme un phénomène endogène qui met en mouvement les acteurs locaux et participe à reconfigurer le local. La troisième partie a permis de comprendre comment s'articulent d'un point de vue local le rapport entre les enjeux liés à la labellisation Unesco et ceux du développement touristique. Dans cette quatrième partie, il s'agit donc d'appréhender plus en détail le vécu et le regard des habitants en restant en dehors de l'emprise d'une approche en termes d'impact (Picard M., 1992 ; Lanfant, 1994 ; Doquet, 2010).

Cependant, il est important de considérer que la dichotomie entre habitant et touriste, entre endogène et exogène, peut réapparaître par le biais des discours que je mobilise. M'appuyant en

effet essentiellement sur les points de vue des acteurs locaux pour cette réflexion, je n'exclus pas que cette distinction existe dans leurs propres catégories.

Les *habitants* dont j'ai recueilli les propos sont principalement des acteurs impliqués dans la gestion locale du tourisme et qui entrent en interaction avec les touristes. Il s'agit de personnes vivant dans la périphérie proche ou dans l'enceinte des sites, c'est-à-dire des natifs ou des personnes venues s'installer dans les régions au cours de leur vie, à l'exception de quelques personnes extérieures ayant un attachement fort aux régions parce qu'engagées dans une activité professionnelle ou politique influente dans ces localités. Le détail de tous les informateurs apparaissant au cours des prochains chapitres, retenons que deux grandes catégories se dessinent :

- Premièrement, **les promoteurs du tourisme**, c'est-à-dire les acteurs reliés aux structures locales de promotion du tourisme (en particulier les structures publiques rattachées aux collectivités locales).
- Deuxièmement, les acteurs directement impliqués dans le développement de produits et de services touristiques dans ces régions et qui vivent majoritairement de cette activité, que l'on pourrait qualifier de **socioprofessionnels du tourisme**. Nous verrons qu'il s'agit d'une catégorie hétérogène qui comprend des activités et des statuts nombreux et divers, mais qui, dans son ensemble, joue un rôle de premier plan dans la gestion locale des activités de tourisme. J'inclus dans cette catégorie les éleveurs, pour qui le contact avec le tourisme dans l'enceinte des sites et l'implication dans une activité secondaire liée au tourisme sont devenus des enjeux importants. Je me suis en effet intéressée aux éleveurs qui s'impliquent dans des activités de tourisme pour compléter leurs revenus, et à ce titre vivent partiellement de cette activité qu'ils participent à développer et à gérer. C'est pourquoi, je les considère dans mon analyse comme intégrant la catégorie des socioprofessionnels du tourisme.

Il est essentiel de souligner les porosités entre ces diverses catégories. Si je distingue ici les promoteurs et les socioprofessionnels du tourisme, les terrains montrent de manière évidente que la promotion du tourisme se fait avant tout au service des opérateurs touristiques, c'est-à-dire des socioprofessionnels du tourisme.

Les trois chapitres qui composent cette partie s'attachent à décomposer les pratiques, les représentations, les discours et les stratégies de ces divers acteurs. Loin de les distinguer les uns des autres, mon raisonnement cherche au contraire à mettre en lumière les interactions qui s'établissent entre ces acteurs dans leur rapport au tourisme. Pour cela, les chapitres qui suivent s'organisent autour d'un traitement thématique des données, qui privilégie la fluidité dans l'utilisation des

diverses sources soutenant le raisonnement. Largement alimenté par des extraits d'entretiens et des séquences d'observation, mon propos mobilise également l'analyse des brochures touristiques et des sites Internet utilisés en particulier dans la communication et la promotion de l'offre touristique.

Le chapitre 8 poursuit un traitement équilibré de la comparaison, tel que mis en œuvre dans les parties précédentes de cette thèse, pour s'intéresser aux facteurs structurants du tourisme dans les deux régions, et chercher à comprendre quelles sont les représentations locales du tourisme.

Le chapitre 9 s'intéresse plus spécifiquement au cas de Laponia, pour analyser l'orientation des efforts mis en place par les collectivités locales pour se promouvoir comme des destinations de tourisme. Il s'agit de comprendre comment les acteurs perçoivent et façonnent le développement du tourisme en développant notamment des argumentaires et des stratégies promotionnels, et de cerner la place que tient concrètement le label du patrimoine mondial dans ces dynamiques. Ce chapitre met en parallèle la promotion du tourisme localement avec l'accueil des touristes dans les structures touristiques du site. Il s'intéresse donc au fonctionnement de ces dernières pour comprendre quel rôle elles jouent sur le terrain dans la gestion locale du tourisme, et comment les acteurs locaux façonnent cette activité.

Le chapitre 10 conclut la réflexion en observant de plus près la place et le rôle des éleveurs dans ces dynamiques. Il aborde leurs pratiques et leur conception du développement d'activité de tourisme, notamment pour comprendre comment ces acteurs se mettent en scène dans le cadre de l'accueil des touristes dans les régions qu'ils utilisent traditionnellement pour l'élevage.

En explorant les points de vue et expériences des divers acteurs locaux qui partagent le fait d'interagir avec le tourisme et les touristes dans les sites, cette partie s'attache finalement à comprendre à travers une perspective endogène les interrelations entre tourisme, sites protégés et classés et pastoralisme.

Chapitre 8

Se représenter le tourisme

Comment les acteurs locaux se représentent-ils le fait touristique? Dans ce huitième chapitre, il s'agit d'explorer comment le tourisme est appréhendé, vécu et représenté localement. Je m'appuie pour cela sur les discours et les observations de la vie quotidienne des habitants des sites, en les considérant à travers la dialectique avec la matérialité du fait touristique. Un éclairage sur les facteurs structurants et les configurations du tourisme à l'échelle locale nous permettra en effet de mieux cerner le « point de vue endogène » sur le phénomène. Ce chapitre s'appuie parallèlement sur les deux études de cas pour décrire, dans le contexte de sites labellisés et protégés, comment sont perçus à la fois les touristes, leurs pratiques et usages des sites, et le phénomène touristique en tant qu'organisation de ce flux de visiteurs.

1. De l'opportunisme à l'organisation du tourisme dans les villages pyrénéens

1.1. Le passage des touristes à Gavarnie comme pivot de l'organisation touristique

On a vu dans le chapitre 4 combien la petite communauté de communes de Gavarnie-Gèdre s'est transformée au cours du XX^e siècle sous l'influence de l'afflux de touristes vers le cirque de Gavarnie, devenu un site connu mondialement (environ un million de visiteurs par an). Pour les habitants, évoquer la question du tourisme local amène prioritairement à évoquer ce flot, comme on a pu le comprendre plus tôt à travers les témoignages déjà mentionnés dans la partie précédente. Certains, à propos du pic estival de visiteurs sur le chemin du cirque, parlent d'une « vague » face à laquelle il n'y a guère d'autre possibilité pour les populations locales et les divers gestionnaires du site que de « faire le dos rond » (entretien avec un agent du Parc national, Luz, hiver 2010). A Gèdre, on décrit le passage incessant des convois de touristes vers le village amont de Gavarnie. Pourtant, Gèdre parvient à capter une partie de ce tourisme, comme me le raconte son maire, qui est aussi le gérant d'un camping proposant des tipis et des granges rénovées à la location. A l'image de cette activité dédiée à une clientèle relativement aisée, Gèdre a su ne garder que « la crème du tourisme local », en attirant des « séjournants » qui fuient la « cohue » de Gavarnie au profit du calme du village aval. Par « séjournants », mon informateur désigne des touristes qui louent un hébergement pour une ou plusieurs nuits et consomment donc sur place. Ironie du sort, m'explique-t-il, Gavarnie possède le

joyau qu'est le cirque, mais subit l'inondation des visiteurs de passage sans réellement bénéficier des retombées économiques générées par les structures touristiques.

La manière dont les habitants s'approprient et façonnent le tourisme diffère entre les deux villages. On a vu en effet que dans le cas de Gavarnie, le tourisme est devenu une activité centrale, alors que les habitants de Gèdre sont encore largement tournés vers l'agriculture de montagne. Mais dans les deux cas néanmoins, la fréquentation touristique a un rythme soutenu au printemps et en été, et c'est bien Gavarnie, « produit d'appel », qui donne le *tempo* :

« Et puis on est autour de grands sites comme Gavarnie, Troumouse, Estaubé. Enfin encore que Troumouse et Estaubé, ils [les touristes] connaissent pas vraiment. Enfin c'est plus Gavarnie quoi. Le produit d'appel c'est Gavarnie ». (Maire de Gèdre, été 2010 à Gèdre)

Ce qui marque avant tout les esprits, c'est donc l'intensité de la fréquentation touristique de Gavarnie, qui rayonne selon diverses formes sur sa périphérie. Gavarnie est devenu un village de tourisme et les discours tenus par les habitants, quels que soient leur profil et leur rapport personnel au tourisme, sont quasi-unanimes en substance : cette masse de visiteurs en période printanière et estivale est évoquée comme une référence, comme la caractéristique la plus évidente et incontestable du tourisme local à leurs yeux.

1.2. Des pratiques érigées en catégories : « touriste » versus « montagnard »

Les diverses pratiques touristiques qui se développent localement sont lues par les habitants à travers une opposition entre deux figures : celle du « touriste » et celle du « montagnard ». Les catégories sémantiques, centrales dans la démarche de l'ethnoscience pour étudier les connaissances qu'une société a de son environnement (Conklin, 1954 ; Barrau, 1985 ; Friedberg, 2004), permettent d'appréhender l'approche *emic* à travers laquelle les sociétés définissent leur rapport aux phénomènes qui les concernent. La dichotomie qui oppose les catégories de touriste et de montagnard fait référence à la perception des pratiques touristiques différenciées de la montagne - imposées par les spécificités des paysages naturels et de l'accès aux différents étagements – et à la vision des différents modes de consommation des services touristiques. Dans les discours, la figure du touriste s'attache ainsi à des pratiques contemplatives et familiales axées sur les zones plus accessibles et concentrées en particulier sur les hauts-lieux tels que le cirque de Gavarnie (ou le Pont d'Espagne dans la vallée voisine). La figure du « montagnard », elle, dénote un tourisme plus sportif car lié à la haute montagne, impliquant des activités d'alpinisme et de randonnée en altitude, et consommant des services très spécifiques (guides de haute montagne, refuges, gîtes d'étape).

1.2.1. *Passage et consommation comme déterminants de la figure du touriste*

Pour les habitants de Gavarnie-Gèdre, la figure du touriste s'incarne à la fois dans le flux passager vers le cirque et dans les pratiques consommatrices attribuées à ceux qui l'alimentent : consommation d'un itinéraire commun de promenade, consommation d'un monument paysager (le cirque), consommation de services et de produits touristiques sur cet itinéraire (restauration, souvenirs, location de montures pour la promenade, nuitées éventuellement, etc). Pour Jeannine, une Gavarnienne tenant des chambres d'hôtes (hiver 2010, à Gavarnie), les touristes sont avant tout « ceux qui font le cirque ».



Photo 33. Promeneurs sur le chemin du cirque, de retour vers le village. Été 2010. Photo : F. Revelin.

Ils sont associés à la consommation de services offerts sur l'itinéraire classique de ces hauts-lieux (hôtellerie restauration, souvenirs, information sur le site, location de montures). L'accessibilité de ce monument naturel est un élément déterminant : c'est parce que le site est facilement accessible qu'il draine une telle fréquentation de touristes et génère une consommation spontanée sur place. Le touriste est aussi considéré comme un marcheur (promeneur), mais seulement pour aller vers le cirque. A l'opposé du montagnard pour qui l'accès à la montagne se définit par la randonnée ou le ski, le touriste utilise des moyens de transports classiques pour se rendre au village (voiture, bus, caravane). Contrairement aux définitions institutionnelles présentées dans la première partie de cette thèse et qui considèrent comme touristes ceux qui séjournent plusieurs nuitées en dehors de

chez eux, le « touriste », pour les habitants, est avant tout celui qui passe et ne reste pas. Cette catégorie renvoie donc à une vision dominée par le passage massif.

1.2.2. La figure du montagnard : « celui qui fait de la montagne »

Davantage focalisée sur les étages montagnards plus élevés et moins accessibles, la randonnée pédestre est une pratique touristique estivale majeure dans la région. Elle est largement soutenue par le passage du GR 10 dans l'enceinte du site Pyrénées-Mont perdu. Créé en 1963, ce célèbre chemin de grande randonnée balisé permet de traverser les Pyrénées à pied d'est en ouest. D'autres sentiers moins connus sillonnent le site, en particulier la HRP (Haute route pyrénéenne) dont le balisage est moins systématique que celui du GR 10, mais qui draine une activité de randonnée plus sportive. Comme son nom l'indique, cet itinéraire est conçu pour traverser les Pyrénées en passant par les crêtes, c'est-à-dire en marchant aux altitudes les plus élevées possibles : le parcours suppose une certaine expérience de l'alpinisme et l'utilisation d'un matériel spécifique pour les passages difficiles (crampons, piolets, cordes, etc.). En hiver, il existe une activité de ski de randonnée, qui se pratique hors des pistes de la station, également au niveau des étagements supérieurs de la montagne. Le cirque est par ailleurs à cette saison un *spot* renommé pour les amateurs d'escalade sur glace.



Photo 34. Départ d'une cordée d'escalade sur glace sur une cascade près de Gavarnie. Hiver 2010. Photo : F. Revelin.

A travers ces pratiques touristiques s'affirme une expérience plus sportive et engagée de la montagne en tant que milieu naturel propice au dépassement de soi et à l'exploration de zones peu accessibles. Pour les habitants de Gavarnie et de Gèdre, les touristes motivés par de telles pratiques sont évoqués à travers la figure du « montagnard », c'est-à-dire « ceux qui font de la montagne », par opposition aux touristes passagers du cirque de Gavarnie. Cette catégorie de touristes est donc associée à une consommation de services plus spécifiques à ces activités, tels que les nuitées dans les refuges de montagne, la prestation des services de guides spécialisés, la location de matériel d'alpinisme, ou encore l'entretien des sentiers de haute montagne.

Ces deux figures distinctes polarisent l'activité de tourisme entre deux grands types de visiteurs que l'on oppose. D'un côté, les touristes, dont les pratiques sont assimilées à la consommation (consommation de paysages, de services touristiques de base - restauration, souvenirs - et de transports pour venir et repartir à Gavarnie en une seule journée en voiture ou en bus). De l'autre, les montagnards sont au contraire identifiés par des pratiques plus variées et spécialisées de la montagne, qui ne sont pas réductibles à la consommation.

1.3. Concentration de l'activité dans les villages

Outre les activités développées dans les villages de moyenne montagne pour fixer une partie des retombées du flux touristique engendrées par la fréquentation du cirque, la haute montagne est aussi l'objet d'investissements voués à soutenir les activités et les services destinés aux touristes. Les efforts se concentrent principalement sur la gestion des refuges et de la station de ski alpin. La spécificité de ce terrain pyrénéen, par rapport au cas lapon, est que l'« étagement » du tourisme est relativement condensé : par conséquent les catégories se côtoient et se mélangent aisément. Par exemple, le refuge du Club Alpin Français de la grange de Holle, situé sur l'itinéraire du GR10, ne se trouve qu'à un kilomètre et demi du village de Gavarnie et est même accessible par la route. De fait, le tourisme, en tant qu'activité économique et de services, s'organise prioritairement dans l'espace de vie des populations locales, c'est-à-dire dans l'enceinte élargie des villages et des hameaux qui forment une sorte de ceinture de vascularisation touristique du site.

Dans le cas des montagnes laponnes au contraire, nous verrons que l'organisation se scinde plus clairement entre deux grands pôles sur un vaste plan horizontal cette fois : d'un côté, les villes qui bénéficient de toutes les infrastructures et où le tourisme coexiste avec de nombreuses autres activités économiques, et d'un autre côté les grands espaces naturels des montagnes, où le tourisme s'organise prioritairement autour de structures spécifiques telles que les stations de montagne.

1.4. L'hypothèse d'un tourisme naturaliste désavouée par les regards endogènes

La première hypothèse qui émerge comme une évidence lorsque l'on évoque des sites protégés et inscrits sur la Liste du Patrimoine mondial sur la base de critères naturels et culturels, c'est qu'ils sont enclins à porter, attirer et promouvoir un tourisme spécifiquement lié à la nature et aux valeurs mises en lumière par ce label. Parce qu'il est spécialement dédié à l'observation de la faune et de la flore, le tourisme naturaliste me semblait *a priori* une catégorie importante pour ce type de sites. Hypothèse d'autant plus vraisemblable que sur mes terrains lapons, j'avais eu l'occasion d'observer de telles pratiques et avais remarqué l'intérêt qui leur était porté dans les descriptions que mes informateurs suédois faisaient du tourisme de leur région. En abordant mon terrain pyrénéen, je m'attachais donc à comprendre dans quelle mesure une partie des touristes du site étaient attirés par la richesse faunistique et floristique mise en valeur par ces statuts (Parc national, Réserve naturelle, Natura 2000, Patrimoine mondial), ou même influencés par l'histoire locale des pratiques touristiques, qui révéla notamment plusieurs sites d'excursions botaniques (cf chapitre 3 et *Briffaud et al.*, 2007). En arrivant à Gavarnie-Gèdre, je m'attendais à voir émerger ce thème dans mes entretiens auprès des acteurs impliqués dans la gestion locale du tourisme, en particulier dans l'enceinte des aires protégées. Très rapidement cependant, il m'est apparu qu'il en était tout autre ; un tel tourisme était l'objet de préoccupations mineures pour les habitants et pour les acteurs locaux. Ce n'est ni un thème exprimé spontanément dans les discours, ni une pratique caractéristique du tourisme local à leurs yeux. Non qu'il n'existe pas de touristes spécifiquement attirés par la richesse naturelle du site, comme j'ai pu au contraire l'observer en rencontrant des naturalistes sur le terrain, mais pour mes informateurs, la figure du touriste naturaliste entretenant un lien érudit à la nature et au site visité est presque invisible, tant l'image du tourisme de masse prédomine dans les représentations. Ma rencontre avec Patrice de Bellefon, personnage présumé d'autant plus enclin à s'intéresser aux valeurs portées par ce type de tourisme qu'il fut à l'initiative de la candidature de Pyrénées-Mont Perdu au classement du Patrimoine mondial (cf chapitre 6), est emblématique de cette négation :

« *Le tourisme naturaliste... Y'en a pas, y'en a pas.* » (Patrice. DB., hiver 2010 à Gèdre)

1.5. Le « tourisme de cueillette » : métaphore de la passivité

1.5.1. Cueillir le touriste de passage

Les touristes, selon cet informateur, ne s'intéressent pas à la richesse naturelle locale mise en valeur et défendue à travers divers labels. Pourtant on parle d'un « tourisme de cueillette » pour qualifier la déferlante touristique vers Gavarnie et vers les grandes attractions alentour :

« Le seul tourisme qu'il y a, c'est le festival⁶⁷ et la station de ski. C'est clair. [...] Il y a des gens qui viennent à Gavarnie, il y a des pèlerins de Lourdes, mais c'est, comme vous dirait l'ancien maire, c'est un tourisme de cueillette. ». (Patrice. DB., hiver 2010 à Gèrde)

Ironie des mots : il n'est pas ici question de naturalistes venant herboriser et cueillir les fleurs ou les baies de la montagne, ce qui du reste est interdit ou réglementé dans beaucoup de cas, du fait du statut particulier des aires protégées et des plantes protégées⁶⁸. Cette expression fait en réalité référence aux habitants qui « cueillent » les touristes venant en grand nombre visiter le site, sans qu'aucun effort ne soit nécessaire pour les y attirer :

« Et l'ancien maire il dit, on mettait le béret sur la margelle, et le soir on revenait voir s'il y avait des pièces. Il n'y a eu aucun progrès de ce point de vue là, sauf au niveau du festival et au niveau... Il n'y a aucune promotion. ». (Patrice DB., hiver 2010 à Gèrde)

L'expression de « tourisme de cueillette », attribuée à l'ancien maire de Gavarnie, Jean-Jacques Adagas, est reprise par plusieurs de mes informateurs qui y trouvent là une image très juste pour décrire la situation touristique à Gavarnie. C'est ce qu'explique avec clarté le directeur de l'office de tourisme, utilisant lui aussi spontanément cette métaphore :

« L'ancien maire de Gavarnie, il disait: "Le matin, quand je me lève, je pose un béret à l'envers sur le rebord de ma fenêtre, quand je le ramasse le soir, il est plein de pièces. [...] C'est ce qu'il appelle la cueillette. Parce que pour lui, sans rien faire, les gens ils venaient, ils dépensaient, ils achetaient un café, un truc.

[...] C'est la cueillette touristique. C'est-à-dire qu'on ne fait pas de trucs, les gens qui viennent, ils dépensent et voilà. La cueillette, c'est ça en fait. C'est une expression pour dire que les touristes, il n'y a aucune démarche qui est faite pour aller les chercher. C'est les gens qui viennent tout seuls. Et quand ils viennent sur place, on les cueille, et on leur fait dépenser leur argent. ». (Lionel M., hiver 2010 à Gavarnie)

⁶⁷ Chaque été, a lieu à Gavarnie un festival durant lequel est jouée une pièce de théâtre en plein air, chaque soir pendant la dernière quinzaine de juillet, avec pour décor de fond le cirque de Gavarnie. Cet événement, qui attire de nombreux visiteurs, fait l'objet de controverse au sein du village et avec les instances du centre du Patrimoine mondial.

⁶⁸ Pour les naturalistes à la recherche de plantes rares, la cueillette se fait souvent métaphoriquement par la photographie.

Interrogé directement, l'ancien maire insiste sur l'aspect systématique et répétitif de l'itinéraire de la majorité des touristes, parlant cette fois d'un tourisme d'« hirondelle » comme pour se démarquer de son expression largement reprise dans le village :

« Il y a 90% de tourisme d'hirondelle comme je dis. Ils passent là, ils garent la voiture en bas, ils vont au fond du cirque, ils prennent la photo pour dire j'y étais. 3 heures après, c'est fini ». (Jean-Jacques A., été 2010 à Gavarnie)

Le tourisme de cueillette est donc avant tout une lecture, une vision de ce qu'est le tourisme à Gavarnie à travers sa forme la plus ostentatoire. Ainsi, en évoquant de manière récurrente cette idée de passage massif des touristes, mes interlocuteurs expriment davantage leur rapport au phénomène qu'aux individus qui l'animent. Le touriste en tant que personne est fondu dans des discours sur un touriste « lambda » - qualificatif emblématique de l'interchangeabilité des individus - confondu avec le « pèlerin de Lourdes », qui ne jouit pas de son individualité dans les représentations locales parce qu'on le voit venir et partir depuis des générations par cars entiers. Ce touriste lambda, c'est celui qui alimente le flot vers le cirque et est confondu dans la masse. Perçu à travers le halo historique des pratiques excursionnistes en groupes qui imprègnent l'image d'un tourisme massif et passager à Gavarnie, il est présumé ne pas savoir grand-chose de ce qu'il vient voir, comme l'illustre très bien l'anecdote racontée par les agents d'accueil de l'office de tourisme (voir plus tôt dans la partie 2), à propos de la confusion que font certains touristes entre cirque glaciaire (paysage) et cirque spectacle.

« Cueillette des touristes », « tourisme d'hirondelle » : ces formulations traduisent finalement une représentation dominante du rapport au tourisme à Gavarnie et de la manière dont il s'y est développé, comme une activité opportune, sans que de grands efforts aient été mis en œuvre localement pour promouvoir et organiser la venue des touristes. L'image est d'autant plus forte que, malgré cette apparente passivité, la fréquentation touristique est bel et bien devenue un moteur économique de premier plan.



Photo 35. Promeneurs traversant le village en direction du chemin du cirque de Gavarnie. Photo : F. Revelin.



Photo 36. Promeneurs en direction de la cascade du cirque de Gavarnie, en zone de haute-montagne, passant un pont de neige, été 2010. Photo : F. Revelin.

1.5.2. Une économie opportuniste ?

Ce tourisme est moteur de changements profonds à Gavarnie et à Gèdre du point de vue des modes de vie locaux et de la structuration progressive de l'activité dans les villages. A Gavarnie *a fortiori*, la population du village s'est progressivement saisie de l'opportunité économique qui commença à s'offrir à elle voilà un siècle environ, en ouvrant des commerces dans le village pour capter les ressources que pouvait générer ce tourisme. Il en résulte que les familles du village qui vivaient principalement de l'agriculture de montagne, sont devenues en quelques générations majoritairement commerçantes en ouvrant des petites structures familiales : des bar-restaurants, des chambres d'hôtes, des hôtels, des boutiques de souvenirs (cf chapitre 4). Cette situation a participé à des changements marquants au niveau économique, social, et identitaire. Le flux

touristique est à la fois progressivement devenu un enjeu essentiel pour le dynamisme économique du village et une préoccupation de premier plan pour la population :

« Les gens du village, si tu veux, une majorité ils ont le nez dans le tiroir caisse. [...]. Donc leur centre d'intérêt ça c'est leur boulot, « J'ai travaillé plus cette année, moins là... ». Après t'as des gens, qui sont, même les paysans je dirais, c'est peut-être même eux qui vont prendre plus de temps pour discuter avec les gens. Même si les commerçants, ils ont un contact direct avec les gens, je dirais que c'est artificiel. Même les hôteliers, il va cueillir son pèlerin à la journée, mais il n'a pas le temps. Le commerçant n'a pas le temps ». (Jean-Jacques A., été 2010 à Gavarnie)

Jean-Jacques, qui est lui-même investi professionnellement dans des activités liées au tourisme, pointe ici du doigt la relation détachée, « artificielle » qui se serait établie avec cette masse de touristes, une relation dominée par la rationalité économique. Bérengère, habitante du hameau voisin de Héas dans la commune de Gèdre, va plus loin en parlant de « plume-touristes » pour évoquer l'idée que Gavarnie « détient le tourisme », d'une part parce que les touristes y viennent et d'autre part parce que le village dispose aujourd'hui des infrastructures nécessaires pour les accueillir et les faire consommer :

« Le tourisme n'a pas un grand avenir à Héas. Il est détenu majoritairement par Gavarnie. Il n'y a pas à Héas les structures pour accueillir les touristes. Seulement une auberge et deux refuges. Le cirque de Troumouse est largement méconnu, comparé à Gavarnie. Gavarnie, c'est un plume-touristes. Ce sont des commerces plume-touristes ». (Bérengère L., élèveuse retraitée et gérante d'un petit camping, été 2010 à Héas)

La représentation d'un rapport désincarné aux touristes, d'une relation réduite à son unique dimension mercantile, est donc profondément liée à la dialectique entre d'un côté, l'ampleur de la fréquentation qui fait prévaloir le phénomène de masse et écrase l'individualité des touristes, et de l'autre côté, l'opportunisme dans le développement d'une activité économique liée à cette fréquentation. Il s'agit là d'une double dévalorisation.

Ceux pointés du doigt parmi les habitants de Gavarnie dans le discours de Bérengère, ce sont les « commerçants plume-touristes » (*Op.cit.*), c'est-à-dire ceux qui vivent directement du tourisme à travers l'offre de produits et de services gravitant autour des touristes de passage : hôtellerie-restauration, vente de souvenirs ou loueurs de montures.

Cet opportunisme, qui surgit dans certains discours sous la forme d'une violente dénonciation, mérite d'être interrogé plus en profondeur. Il apparaît constituer une clé d'entrée pour creuser la question du rapport local au tourisme. Il est en effet intrigant de voir ressortir des enquêtes auprès d'une partie des habitants que cette représentation *a priori* peu flatteuse de leur propre rapport au tourisme soit finalement commune dans leurs discours. Pour les « commerçants » du village, la foule

qui envahit le village est finalement difficile à appréhender, notamment parce qu'elle est très saisonnière et laisse un grand vide derrière elle l'hiver. On remarque en effet que le village pour lequel le tourisme est devenu un moteur économique est privé de son carburant six mois de l'année. Mais derrière ce rapport généraliste au tourisme de masse, se dessinent des catégories plus complexes et des liens différenciés aux touristes, selon à la fois le type d'activité professionnelle développée, le type de touristes rencontrés et les saisons. Se pose la question plus large de ce que nous révèle l'ambiguïté du rapport opportuniste au tourisme. Cette ambiguïté semble en effet témoigner de l'évolution d'une posture de cueillette des touristes qui investissent spontanément l'espace de leur quotidien, que l'on peut comparer à des fleurs qui poussent spontanément dans la nature et que l'on se contente de ramasser au gré des hasards, à une posture plus impliquée où l'on cultive l'activité de tourisme à l'échelle locale, comme l'illustre David Picard dans son étude de cas du tourisme à la Réunion (Picard, 2011) à travers la métaphore d'un jardin humain.

1.6. De la cueillette des touristes à la culture du tourisme

Dans une discussion informelle, Alban, un jeune accompagnateur montagne installé avec sa compagne depuis 5 ans au village, me décrit la passivité des commerçants de Gavarnie comme une forme de désinvolture. Il tient un discours critique et tranché, expliquant, comme je l'ai déjà entendu par d'autres informateurs, que les commerçants ne font rien pour fidéliser leur clientèle et insistant sur l'exemple emblématique de Pâques et du flux quotidien de bus vers le village. Les boissons sont servies aux promeneurs aux prix forts dans les cafés, sans fioriture. En somme, il dénonce qu'aucun effort visible ne soit fait dans le sens d'attirer le touriste, de le charmer, de le retenir. La clientèle est considérée de passage par essence et on en tire simplement les bénéfices directs. Alban exprime là un point de vue non modéré, probablement renforcé par ses difficultés à se sentir intégré comme un habitant du village dont il n'est pas originaire, mais néanmoins récurrent. Son témoignage illustre en creux l'évolution du rapport au phénomène touristique : en soulignant une double dévalorisation - la passivité du touriste se reflète symétriquement dans la passivité opportuniste des commerçants locaux - il exprime l'aspiration à un changement d'attitude. Un changement qui passe par la revalorisation du tourisme et privilégie la fidélisation des touristes, un mouvement d'une attitude passive vers une attitude impliquée.

Cette évolution passe par des changements profonds du rapport au tourisme et en particulier par la professionnalisation des activités touristiques. L'émergence de métiers spécialisés, tels que ceux de guides ou accompagnateurs de montagne, a de ce point de vue une influence motrice. Métiers qui ont néanmoins émergé très tôt dans l'histoire du tourisme à Gavarnie, sous la forme d'activités secondaires des paysans locaux devenus guides Pyrénéistes (De Bellefon R., 2003). Il existe donc une

ambivalence marquée entre deux tendances contradictoires : celle de s'engager dans le processus d'évolution de l'activité locale de tourisme en se professionnalisant et en valorisant la fidélisation des touristes locaux, et celle symbolisée par l'héritage du modèle passif et opportuniste du « tourisme de cueillette », réduite à la relation circulaire de double dévalorisation, où le touriste « consomme » le lieu et le commerçant « consomme » le touriste.

Le fait qu'Alban appartienne à la catégorie des guides - plus précisément des accompagnateurs montagne - c'est-à-dire des acteurs engagés dans le développement d'activités pédagogiques de tourisme, n'est sûrement pas étranger à l'ardeur de ses propos dépréciatifs envers les « commerçants », qui symbolisent l'immobilisme d'un rapport désincarné au tourisme et figé dans une rationalité économique. La démarche des accompagnateurs de montagne, celle d'Alban donc, est au contraire d'accompagner les touristes dans la découverte de la montagne. A travers des randonnées relativement abordables, l'accompagnateur transmet ses savoirs et son expérience du milieu et de la vie locale. Intermédiaire de l'expérience touristique, il transfigure par cette activité professionnelle le touriste vers des valeurs davantage associées à la figure du montagnard. Le propos n'est pas ici de détailler ce processus qui sera évoqué plus loin, mais de voir qu'il est un marqueur de l'évolution d'un tourisme passif et opportuniste vers une culture locale du tourisme.

2. Du tourisme de nature dans les montagnes protégées de Laponia au tourisme culturel dans les villes : une organisation polarisée

2.1. Agencement asymétrique d'une vaste région

Laponia est caractérisée à la fois par son étalement sur un vaste territoire et par sa faible densité de population. La région au sens large⁶⁹ est, comme nous l'avons vu dans la partie précédente, marquée par de forts contrastes, tant du point de vue des types de milieux naturels qu'elle recouvre que de leur utilisation par les hommes. Elle comprend des écosystèmes aussi divers que des forêts boréales, des zones humides dans les plaines de l'est, des vallonnements caractérisés par une végétation de toundra et des montagnes de type alpin à l'ouest. L'occupation humaine et les activités qui s'y développent s'accordent à ces environnements hétérogènes. S'opposent ainsi des zones urbaines et industrialisées (les deux villes de Gällivare et de Jokkmokk) à l'est et des territoires protégés couvrant les zones de montagne plus à l'ouest. Cette configuration influence la distribution

⁶⁹ J'entends par là le site et sa périphérie, c'est-à-dire l'ensemble des territoires des districts de Gällivare et Jokkmokk que recouvre une partie du site.

et l'organisation de l'activité locale de tourisme (cf chapitre 5). Contrairement au site Pyrénées-Mont Perdu où les petits villages de montagne forment un maillage dense assurant la vascularisation du tourisme dans le site, Laponia présente une organisation beaucoup plus distendue du tourisme, articulée autour de deux pôles majeurs qui incarnent des usages contrastés du territoire. D'un côté, les centres urbains concentrent l'essentiel des activités économiques et industrielles des districts (*kommuns*) de Jokkmokk et de Gällivare, parmi lesquelles figurent des activités de tourisme. De l'autre côté, dans les montagnes et leurs aires protégées, le tourisme se structure autour des stations de montagne qui distribuent l'accès aux vastes espaces naturels (voir carte n°18 dans le chapitre suivant).

Les pratiques touristiques qui se développent dans la région reflètent clairement cette distinction : d'un côté, un tourisme lié à l'expérience de la nature et profondément attaché aux grands espaces naturels que recouvre partiellement le site Laponia ; et de l'autre, un tourisme davantage rattaché au confort urbain et à l'offre culturelle plus diversifiée des villes. Mais la réalité de l'expérience touristique, faite de chevauchements entre ces diverses pratiques, est souvent plus complexe. On rencontre en effet sur le terrain des touristes qui se concentrent principalement sur un type d'activité durant leur séjour, par exemple des randonneurs en groupes auto-organisés venus spécifiquement pour marcher dans la nature et les montagnes durant dix jours. Pourtant, il n'est pas rare que ces touristes commencent ou terminent leur séjour par une halte en ville, point de passage obligé pour l'accès aux vastes aires naturelles. Ainsi, nombreux sont les randonneurs qui visitent le musée de Jokkmokk ou la mine de Gällivare. Inversement, l'organisation du tourisme dans les villes s'articule avec l'ensemble des pratiques touristiques des territoires étendus, et notamment avec les pratiques de la nature. Des groupes de touristes cumulent ainsi des activités diverses durant leur court séjour, souvent dans le cadre de voyages organisés. Un groupe constitué de neuf touristes et d'un accompagnateur, rencontré au cours de l'hiver 2009 à la station de Stora Sjöfallet, naviguait ainsi entre les différentes attractions de la région pour agrémenter un circuit de trois jours dans le nord de la Suède selon le programme suivant : le premier jour était dédié à une immersion en pleine nature dans l'hiver nordique à Stora Sjöfallet, où étaient prévues une promenade à raquettes et une partie de pêche sur glace (*pimpla* en suédois), suivies d'un pique-nique chaud autour de grillades. Le lendemain, le groupe rejoignait Gällivare pour visiter les mines. Le dernier jour était consacré à une sortie à Kiruna, au nord de Gällivare, pour visiter l'hôtel de glace de Jukkasjärvi avant de rentrer à Stockholm. Une telle combinaison entre des activités *a priori* antagonistes en ce qu'elles allient sorties en pleine nature et activités culturelles comprenant la visite de sites industriels, est en fait propre aux pratiques touristiques qui épousent la diversité de l'offre de la région pour ponctuer divers moments d'un même séjour.

On peut cependant souligner, dans la zone ouest de la région qui nous intéresse plus spécifiquement (celle de Laponia et de ses parcs nationaux), la prédominance des pratiques de pleine nature. Ce tourisme, héritage d'une longue tradition de tourisme de nature (cf chapitre 5), s'orchestre principalement autour de la randonnée pédestre en été, et d'activités plus diversifiées l'hiver, qui incluent la randonnée à ski, la conduite de la motoneige et la pêche (Revelin, 2009 ; Revelin & Roué, 2012). Les stations de montagne qui jalonnent dans la plupart des cas les célèbres sentiers du Kungsleden et du Padjelantaleden canalisent en partie ce tourisme. Theresa, employée à la station de Saltoluokta située sur l'itinéraire du Kungsleden et aux portes des Parcs nationaux de Sarek et de Stora Sjöfallet, décrit les randonneurs comme une clientèle importante de la station :

"In the wintertime, it's a little bit younger people. And a lot of people coming on skis, or coming hiking, and they come from the Kungsleden, or from Sarek. But in the summertime, there are so many people who come from Sarek." (Theresa, été 2008 à Saltoluokta)

Il existe dans Laponia un tourisme caractéristique des vastes zones naturelles suédoises, c'est-à-dire ancré dans une longue tradition de l'expérience de la nature et des montagnes nordiques, et attiré dans cette région par les parcs nationaux et les itinéraires de randonnées qui les traversent.

2.2. L'interdiction théorique d'activités économiques dans les parcs nationaux

Liz-Marie, qui travaille depuis 2009 pour le district de Jokkmokk comme secrétaire pour le projet de gestion du site Laponia (*Laponia Processen*) attire l'attention sur un point fondamental pour comprendre le fonctionnement et la nature du tourisme dans la zone de Laponia et de ses parcs :

"It is forbidden to have commercial activities within the national parks areas. That is something that we try to deal with in the new⁷⁰ management board of Laponia. We try to make new rules for the whole Laponia area". (Liz-Marie, hiver 2009, à Jokkmokk)

Parce qu'elle se superpose à des territoires de parcs nationaux de création plus ancienne, Laponia est soumise à la réglementation propres aux aires protégées⁷¹. En Suède en l'occurrence, les activités commerciales sont prohibées dans l'enceinte des parcs nationaux, sauf dérogation spéciale accordée par le *Länsstyrelse* (entité administrative régionale, plus ou moins équivalente au Conseil général en France). A l'intérieur des trois Parcs de l'ouest de Laponia (Stora Sjöfallet, Sarek et Padjelanta), qui est pourtant la zone de montagne la plus touristique du site, le tourisme en tant qu'activité économique est donc théoriquement interdit. Il faut souligner ici deux points importants. Le premier

⁷⁰ Le comité de gestion de Laponia a été établi en août 2011 à l'issue de nombreuses années de négociations (cf chapitre 7).

⁷¹ Le classement Unesco ne possède aucune force coercitive en soi, et ce sont les réglementations associées au territoire par les autorités nationales ou locales, ici les parcs, qui prévalent.

est que cette interdiction n'empêche pas l'expérience touristique du site : elle soutient au contraire l'accès aux parcs pour des touristes autonomes dans leurs pratiques de la pleine nature, s'inscrivant dans le prolongement d'une tradition suédoise qui valorise la vie au grand air (*friluftsliv*). Deuxièmement, dans les faits, la dimension commerciale du tourisme se développe dans les parcs, dans la mesure où certaines activités bénéficient d'une relative tolérance au regard de la réglementation en vigueur. Trois types d'activités majeures se distinguent : les activités liées aux structures d'accueil des touristes, les activités liées à des opérateurs de tourisme (groupes guidés, sorties avec des chiens de traîneaux, *etc.*) et enfin des activités commerciales (vente de produits alimentaires, d'artisanat ou de services) menées par les Samis résidant dans les parcs et qui bénéficient de droits spéciaux.

- a) Les activités économiques liées aux structures hôtelières, trois exemples majeurs

- **STF**

Du point de vue des infrastructures, j'ai déjà évoqué les principaux aménagements que représentent les stations de montagnes et les refuges dans les parcs. Ils sont essentiellement gérés par STF, qui depuis son implantation dans la région successivement à la création des premiers parcs nationaux, est en charge d'y développer le tourisme (voir chapitre 3). A cet effet, elle dispose d'une dérogation spéciale pour mener des activités commerciales de tourisme. Cette situation explique en partie son emprise sur le site : STF détient le quasi monopole de la gestion des stations de montagne. Cela dit, notons que ces infrastructures touristiques majeures (par opposition aux refuges), sont en réalité souvent situées juste en bordure des parcs, c'est-à-dire en dehors des zones soumises à réglementation : c'est le cas pour Saltoluokta, Kvikkjokk et Ritsem, les trois grandes stations de Laponia gérées par STF. Les refuges, en revanche, se trouvent indifféremment dans l'enceinte ou à l'extérieur des parcs.

- **Stora Sjöfallet AB**

La station de Stora Sjöfallet, située dans le Parc national éponyme, a un statut particulier. Ses infrastructures sont la propriété de l'entreprise nationale de production électrique Vattenfall, mais sont gérées par une entreprise privée de tourisme : Stora Sjöfallet AB. Les bâtiments de la station furent créés lors de la construction des barrages hydroélectriques (cf chapitre 5), et une partie est toujours utilisée aujourd'hui par le propriétaire du site⁷². L'entreprise Stora Sjöfallet AB dispose donc

⁷² Rappelons que cette situation d'aménagement singulière est due à l'histoire du parc, dont une partie a été utilisée, et même à certains endroits déclassée pour le développement des grands projets de barrages et la production hydroélectrique (Chapitre 5).

d'un statut spécifique qui l'autorise à développer une activité économique de tourisme, en accord avec le parc national et l'entreprise nationale Vattenfall.

- **Laponia Badjelanta Turism**

La station de Staloluokta est située en plein cœur du Parc de Padjelanta. Elle appartient au *Naturvårdsverket*, l'organe national suédois pour la protection de la nature, qui gère l'ensemble des parcs nationaux du pays. Ainsi, sa construction, contemporaine de la création du Parc national (années 1960), s'inscrit dans l'objectif d'assurer l'accès touristique au Parc. Le *Naturvårdsverket* en a longtemps assuré le fonctionnement, de même que celui des refuges associés qui ponctuent le Padjelantaleden. Au début des années 2000 cependant, un appel d'offres a été lancé pour céder la gestion à un organisme de tourisme indépendant. C'est alors la structure samie *Laponia Badjelanta Turism* qui a obtenu le contrat et qui gère, encore aujourd'hui, les refuges et la station de montagne du Padjelanta. *Laponia Badjelanta Turism* est en réalité une nouvelle entité créée à partir des structures de gestion de l'élevage : regroupant en effet trois unités d'élevage (*Sameby*) partiellement inclus dans le périmètre du parc national de Padjelanta (Sirkes, Jåhkågasska et Tuorpon), elle a été fondée pour permettre aux Samis de gérer les structures de tourisme proches des villages et des pâturages estivaux qui se trouvent dans l'enceinte du Parc. De même que pour STF autour du Kungsleden et des parcs qu'il traverse, la volonté qu'ont les autorités suédoises de garantir aux touristes l'accès au Parc et aux services de base a permis à cette activité économique de se soustraire partiellement à la réglementation en vigueur dans les aires protégées.

Les fonctionnements de ces trois grandes structures, actrices majeures de l'organisation du tourisme dans l'enceinte de Laponia, seront présentés plus en détails dans le chapitre 9.

- b) Les activités économiques des opérateurs de tourisme

Les opérateurs de tourisme sont également soumis à la réglementation des activités économiques dans les parcs. Ils doivent obtenir une autorisation spéciale (*dispans* en suédois) délivrée par le *Länsstyrelse* qui spécifie le type de produit touristique vendu, principalement des tours guidés (randonnée, traîneaux à chiens, expéditions polaires à ski, etc.). Deux éléments sont importants : la période à laquelle ces tours ont lieu et les zones traversées par les groupes de touristes. Cette réglementation, m'explique Liz-Marie, vise principalement à éviter les perturbations du milieu et de la faune, dans les zones ou durant les périodes sensibles. Elle vise aussi à sensibiliser ces opérateurs aux perturbations pouvant affecter l'élevage des rennes. Il est crucial par exemple que les femelles ne soient pas dérangées durant la période très sensible de mise-bas, en avril-mai. A cette période, les éleveurs fournissent chaque année une cartographie la plus précise possible pour indiquer les zones à éviter dans la montagne. Un des enjeux de la négociation qui s'est nouée les dernières années

autour de la gestion de Laponia était que les dérogations spéciales accordées traditionnellement par le Länsstyrelse et pour la protection de la nature procèdent désormais d'une décision conjointe entre cette autorité et les éleveurs Samis, et qu'elles intègrent la protection de l'élevage (cf chapitre 7). Finalement, ce système de permis spéciaux sert à mieux contrôler les activités qui se développent dans l'enceinte des parcs, et donc en principe à filtrer les activités des opérateurs pour vérifier leur compatibilité avec les objectifs de conservation et de non perturbation du milieu. Cependant, sa mise en œuvre effective est complexe, en particulier pour les activités développées par les opérateurs touristiques. Sur le terrain, nombreux sont les informateurs qui m'expliquent qu'au vu de l'étendue des parcs, c'est-à-dire plusieurs milliers de kilomètres carrés, il est difficile de vérifier que les opérateurs suivent ces réglementations, d'autant plus que le personnel assurant la garde des parcs nationaux est très restreint (un à deux agents par parc selon Bernt W., du district de Gällivare). Les opérateurs extérieurs, c'est-à-dire les opérateurs suédois en provenance d'autres régions ou les opérateurs internationaux, ne sont pas toujours bien informés sur ces réglementations, qui peuvent de surcroît apparaître contradictoires avec le droit de libre accès à la nature (*allemansrätt*) également valable dans les parcs. Concrètement, les restrictions spéciales s'appliquent aux groupes réalisant des visites dans le cadre de tours guidés payants, c'est-à-dire dans le cadre d'une activité commerciale de tourisme. Dans l'enceinte de Laponia donc, jusqu'à la mise en place d'un plan de gestion, l'activité de tourisme liée à des opérateurs de tourisme est en théorie pleinement encadrée par les réglementations des parcs nationaux, même si en pratique de nombreux cas y échappent.

- c) Un statut spécial pour les Samis

Enfin, il faut noter que la réglementation qui fait autorité dans les parcs nationaux prévoit des adaptations spécifiques pour les Samis. Ceux-ci jouissent de droits spéciaux liés à leur utilisation traditionnelle des territoires et des ressources locales, qui diffèrent des réglementations en vigueur pour les autres (c'est-à-dire les non Samis, Suédois et étrangers). Ces droits spéciaux ont trait au panel des activités réglementées par les parcs au sens large, telles que la chasse, la pêche ou la conduite de motoneige et de bateaux motorisés ; ils sont adaptés pour correspondre aux usages traditionnels des Samis. Par exemple, la conduite de la motoneige est autorisée pour les Samis comme moyen de déplacement pour les besoins de l'élevage en hiver dans l'enceinte des parcs, mais pas comme activité de loisir pour les touristes. Ces statuts spéciaux s'étendent aussi au domaine du tourisme : les Samis ont le droit de vendre leurs productions aux touristes, d'offrir des services de transport sur les lacs compris dans l'enceinte des parcs, ou de louer des *stygor* (petits chalets). Ces activités ont été développées progressivement par les Samis, qui ont saisi l'opportunité de la venue des touristes dans leurs lieux de vie près des pâturages estivaux pour générer quelques revenus complémentaires.

Finalement, la réglementation des parcs joue un rôle prépondérant dans la structuration du tourisme dans le site. Bien que difficile à appliquer rigoureusement dans les faits, elle encadre et limite le développement des activités économiques liées au tourisme. Sont au contraire favorisées par cette configuration les pratiques s'inscrivant dans la longue tradition scandinave de tourisme de nature et d'attachement aux activités récréatives de plein air, activités caractérisées par la grande autonomie des touristes. La recherche d'une expérience « authentique » de la nature étant précisément ce qui motive la fréquentation des parcs, les visiteurs sont du reste assez peu dépendants des structures et des services touristiques. L'emblématique Parc de Sarek, au centre de Lapponie, attire les touristes justement parce qu'il n'y existe aucun aménagement touristique : pas de sentiers, pas de refuges, pas de ponts pour traverser les rivières, pas de couverture téléphonique : le rêve de beaucoup d'amateurs d'une « nature sauvage » et du défi de leurs propres limites.

2.3. Tourisme des villes et tourisme des parcs

2.3.1. Des visiteurs autonomes dans les parcs nationaux

Le tourisme dans la région de Lapponie se structure clairement autour de deux pôles. On lit beaucoup plus nettement que dans le cas des Pyrénées la scission entre des aires protégées attirant un tourisme spécifiquement lié à l'expérience de la nature et de la montagne, et des zones non protégées où s'exprime davantage un tourisme centré sur les villes et leurs environs. La géographie du site impose des distances qui renforcent cette césure : les villes de Gällivare et de Jokkmokk sont situées à plus d'une centaine de kilomètres des trois parcs montagneux de l'ouest de Lapponie. Le fait que ces aires protégées couvrent une surface importante des territoires des districts accentue le poids du tourisme des parcs nationaux qui est perçu comme une activité caractéristique de la région.

« En fait, dans la municipalité de Gällivare, on a 68%, c'est des parcs naturels [comprendre parcs nationaux]. C'est à peu près la même surface que la Belgique, qu'on ne peut jamais toucher. C'est protégé, et dans cet espace on ne peut pas faire de la moto ou des choses comme ça. On peut faire du trekking, ou [marcher] avec les rennes, on peut faire du chien de traîneau ou des choses comme ça. On peut pas faire de voiture ou de moto. » (Johanna M., été 2008 à Gällivare, entretien en français)

Johanna a travaillé de 2006 à 2009 pour un projet de promotion et de développement du tourisme pour le district de Gällivare (*Visit Gällivare Lapland*, cf chapitre suivant). Elle tient un discours similaire à celui de Liz-Marie, citée plus tôt, qui m'explique lors d'un entretien en 2010 le dilemme que posait à Jokkmokk la gestion d'un territoire dont environ 60% de la superficie est protégée. Le développement économique est voué à s'orchestrer prioritairement sur les 40% restants, car le potentiel pour développer des activités dans les aires protégées est limité. Seules les activités des Samis - principalement l'élevage - et le tourisme peuvent théoriquement générer l'activité

économique dans les aires protégées. Mais nous venons de voir combien le potentiel de développement économique par le tourisme est endigué par les réglementations des parcs. Dans les parcs de surcroît, les touristes préfèrent des pratiques qui ne donnent pas priorité au confort ou à la consommation mais qui valorisent au contraire l'immersion dans la nature avec le moins d'artefacts possible. Inger J., gérante de la station de Stora Sjöfallet, m'explique combien sa lecture du tourisme est fondamentalement celle d'un tourisme motivé par l'expérience de la nature, mais que seuls certains segments de ce tourisme sont susceptibles d'alimenter l'économie des stations :

“The tourists who come up here, that’s not the same that go to Thailand. They want to experience the nature and the mountains. And here it’s real nature, the air and the water are so clean. You can drink the water from the lakes.

[...]You don’t come up here if you are not interested in the nature. If you are not interested to feel these nice things and so, you don’t come here.” (Inger J., été 2008, Stora Sjöfallet)

Ceux qui viennent à sa station ne sont pas les « vrais randonneurs », mais un autre type de touristes de nature moins autonome :

“But it’s not the real hiking person, they are not coming here, because they are managing by themselves in Sarek, or Padjelanta, or Sjöfallet. They don’t need any help from anyone else, they already have their maps and all information. Here come people who are not used to mountains, or trekking around, or biking. They are coming here to have information, to ask something”. (Inger J., été 2008, Stora Sjöfallet)

2.3.2. Le problème de ceux qui ne consomment pas : valeur économique contre valeur culturelle

La spécificité des pratiques touristiques dans cette zone est donc qu'elles supposent une grande autonomie, en particulier pour le tourisme de randonnée : il s'agit de touristes souvent très équipés, portant fréquemment avec eux depuis leur lieu d'origine leur tente ainsi que la nourriture nécessaire à l'ensemble du séjour. Cette catégorie de touristes dépend relativement peu des services touristiques, ce qui explique le faible nombre de structures d'accueil sur un si vaste territoire. Pour les acteurs locaux qui vivent du tourisme, l'enjeu majeur est donc de parvenir soit à capter des bénéfices de cette activité caractérisée par un potentiel économique relativement limité, soit de réussir à promouvoir et développer d'autres formes de tourisme plus consommatrices, et donc plus lucratives. De manière intéressante, certains informateurs travaillant à la promotion ou à la gestion touristique locale soulignent le dilemme qui se pose à eux. Conscients de l'importance de ce tourisme de nature autonome pour la fréquentation et le rayonnement de la région, ils mettent en lumière toute l'ambiguïté de la situation en évoquant des valeurs qui dépassent sa seule dimension économique pour s'attacher à ses dimensions culturelles et environnementalistes. Bernt W. par

exemple, chargé du projet de gestion de Lapponie pour le district de Gällivare, tient un discours favorable au développement par le tourisme dans lequel il évoque d’abord ces touristes autonomes comme une catégorie résiduelle, en raison des difficultés qu’il y a à faire de cette fréquentation une niche économique significative :

“And then you have the tourists who go by themselves and hike in the mountains. They are the baddest [worst] tourists because they don’t give us money”. (Bernt W., 2011 à Gällivare)

Comme je le comprendrai cependant au fil de nos échanges, la posture de cet interlocuteur ne consiste aucunement à dénigrer le tourisme autonome, mais à faire la distinction entre le faible potentiel économique de celui-ci et les valeurs qu’il porte, auxquelles Bernt est aussi sensible que la plupart de ses concitoyens (voir paragraphe sur le *friluftsliv* et *l’Allemansrätt*, chapitre 3). Le même argumentaire contrasté transparait lorsque Inger J., la gérante de la station de montagne de Stora Sjöfallet, souligne la rationalité économique qui l’anime en tant que chef d’entreprise, tout en rappelant son très fort attachement à la coutume suédoise de *l’Allemansrätt*, c’est-à-dire au droit pour tous d’accéder librement et gratuitement à la nature. L’équilibre à trouver est cependant délicat :

“There is a big problem here, because most of the people who come up here, they think it will be free to use our nature, to leave the garbage, to use our showers... But I’m a private company, I pay for the water, I pay for the cleaning, I pay for everything. I pay for people who come to collect the garbage.

I think that people can always coming and staying by free in the mountain. But I make money, I make money in this area from the tourists, because they use our services. But in Sweden you have the Naturvårdsverket who says “everyone has the right to use the nature”. And around, when you are in the mountain, it’s OK, you can use it. But here, when you are in my private property, they have to ask me if they can put up the tent. Even if they don’t want to pay. But we have lot of people who come up here, they don’t say anything and they use the service house without paying. Because it’s an open area here, and everybody can come. And I want to have it like this, as an open area. Because I like people”. (Inger J, 2008 à Stora Sjöfallet)

2.3.3. Dans les villes, un tourisme lié aux services et à l’offre culturelle

Par contraste avec le pas de temps associé à l’expérience de la nature, les villes sont vues comme les plate-formes par lesquelles transite une fréquentation plus passagère, mais plus rentable économiquement. Au-delà des structures d’accueil et d’hébergement, les touristes y consomment des services et des produits notamment rattachés à l’offre culturelle. L’attractivité des périphéries où se pratiquent de nombreuses activités de pleine nature (randonnée, traineaux à chiens, pêche, motoneige de loisir etc.) complète le dispositif. A titre d’exemple, le célèbre musée de Jokkmokk constitue l’une des attractions touristiques et culturelles permanentes les plus importantes de la

ville. Sa visite, payante, présente le patrimoine naturel des montagnes lapones et la culture samie. A Gällivare, les mines ont aussi développé des produits touristiques en organisant des visites payantes gérées par l'office de tourisme et décrites plus tard (chapitre 9). Les stations de ski alpin aux abords des villes, Dundret à Gällivare et Kåbdalis à Jokkmokk, proposent une large palette de produits touristiques à forte valeur ajoutée. Le tourisme dans les villes, où se concentrent des services touristiques, repose donc largement sur une offre culturelle, tout en bénéficiant de l'attractivité de leurs périphéries qui offrent la possibilité de pratiquer de nombreuses activités de pleine nature (randonnées, chiens de traîneaux, pêche, motoneige de loisir, *etc.*).

Pour le cas de Laponia, je me concentrerai davantage dans le chapitre suivant sur l'appréhension locale du tourisme dans le contexte des aires protégées, dans les zones de montagne propices à un tourisme de nature, sans pour autant nier les liens indissociables entre cette zone périphérique et les centres urbains des districts, qui jouent un rôle central dans la promotion de la région comme une destination de tourisme.

*

* *

Conclusion

Pour conclure, il me semble important d'insister sur l'incidence qu'exercent les équilibres territoriaux sur la structuration locale du tourisme. Les différences observées entre les deux sites doivent être lues à la lumière de ce facteur essentiel :

- Dans Laponia, la configuration du tourisme et les visions qu'en ont les acteurs locaux sont profondément marquées par les espaces immenses et les vastes parcs nationaux que le site recouvre. Cet effet est renforcé par l'éloignement des villes, qui a laissé le champ ouvert à un développement touristique spécifique aux parcs.
- La situation de Pyrénées-Mont Perdu, ceinturé par des villages de montagne, favorise au contraire une interaction beaucoup plus dense entre le site classé et sa périphérie proche, et donc entre les diverses activités qui s'y rattachent.

Les deux études de cas révèlent finalement des niveaux de structuration intermédiaire très différents. Laponia affiche une activité de tourisme très structurée et composée d'opérateurs faciles à identifier, qui disposent de moyens pour organiser leur activité. L'organisation du tourisme dans

Pyrénées-Mont Perdu, bien que plus dense, est orchestrée principalement par des petites entreprises familiales. Il s'agit là d'une économie du tourisme plus artisanale et moins fédérée, qui révèle un niveau d'institutionnalisation plus faible du tourisme.

Outre cette approche objectivée des structurations locales du tourisme, les visions endogènes font apparaître une différence majeure quant au rapport aux touristes. Les discours de mes informateurs pyrénéens expriment d'emblée une césure entre deux grandes figures : le touriste et le montagnard. Chose qui n'existe pas dans le cas de Laponia, où l'on a à faire à des catégories plus fines. Mes informateurs décrivent en effet les touristes à travers des pratiques spécifiques de la nature - la marche, la pêche, les séjours de repos dans les caravanes installées dans la montagne en hiver, la conduite sportive de motoneige, le ski de randonnée ou de fond, le traîneau à chiens – toutes fondamentalement liées à l'expérience des vastes espaces naturels des montagnes laponnes. En cela, on remarque que le touriste comme conçu par les habitants de Laponia se rapproche finalement de la figure du montagnard dans les Pyrénées. Présentée et perçue comme une catégorie de visiteurs plus spécialisée, elle figure des valeurs positives en étant associée à une approche beaucoup plus spécialiste et impliquée de la région visitée. Cette catégorie de touristes traduit ainsi une forme de valorisation des régions. On pourrait presque transposer ici la métaphore travaillée par Saskia Cousin des « miroirs du tourisme » (Cousin, 2011), pour montrer que ces touristes plus spécialistes façonnent une image valorisante des localités dans laquelle les habitants se regardent. On a vu très clairement que ce mécanisme fonctionne aussi pour l'image opposée, c'est-à-dire la figure du touriste à Gavarnie, où ce jeu de miroir reflète une double dévalorisation : le passage massif des touristes moins spécialistes et perçus comme consommateurs renvoie aux habitants l'image d'une économie passive et opportuniste, une image désincarnée de leur propre activité.

Mieux éclairés quant à la matérialité du fait touristique et aux visions plus subjectives et aux représentations qu'en ont les habitants, voyons maintenant comment elles s'articulent avec les orientations actuelles du développement touristique, à travers l'exemple particulier du cas de Laponia. Avant de me pencher plus en détail sur les expériences et les formes d'implications des habitants qui vivent directement du tourisme, je souhaite en effet m'arrêter sur les stratégies et les politiques mises en œuvre par les collectivités locales pour promouvoir le tourisme et le site (chapitre 9). Deux questions essentielles guideront cette analyse :

- Quelles valeurs et quelles images des localités sont mobilisées par les collectivités locales désireuses de se promouvoir sur le marché du tourisme ?
- Et quels types de tourisme sont favorisés dans ce contexte ?

Chapitre 9

Promouvoir et organiser le tourisme. Stratégies et pratiques dans le site Laponia

Ce chapitre porte dans un premier temps sur la mise en œuvre de la promotion du tourisme, en tant que mise en scène du fait touristique et des territoires dans un processus de valorisation de la région de Laponia. Il s'agit de mettre en lumière à la fois les mécanismes et les visions qui soutiennent la promotion de cette destination touristique, en s'appuyant sur les enquêtes auprès des acteurs impliqués dans cette mission (principalement des personnes rattachées aux collectivités locales) et sur les argumentaires promotionnels qui alimentent les brochures touristiques et les sites Internet. Ces deux temps de ma réflexion visent à mettre en évidence les porosités entre les représentations locales du tourisme et la manière dont le tourisme est promu localement dans une mise en scène orchestrée par les acteurs du développement touristique. C'est pourquoi j'aborde dans un second temps les pratiques et stratégies locales liées à l'organisation du tourisme en me focalisant plus spécifiquement sur les acteurs influents dans l'enceinte de Laponia. Pour cela, je m'attacherai à décrire le fonctionnement des cinq stations de montagne qui jouent un rôle majeur dans l'accueil des touristes sur le site, tout en participant à façonner cette activité.

1. Représenter une destination de tourisme : images, enjeux et stratégies de promotion

Les formes que prend le développement du tourisme ne peuvent pleinement se comprendre sans considérer les forces à l'œuvre pour promouvoir cette activité. Dans les aires étudiées, le tourisme est présenté comme un enjeu de développement par les collectivités locales qui portent les territoires classés. Plusieurs raisons sous-tendent cette position : des raisons historiques et économiques qui ont fait du tourisme une activité motrice pour les localités, des raisons culturelles qui ont mis en lumière un patrimoine à conserver et à valoriser, des raisons démographiques ayant trait au dépeuplement des régions périphériques pour lesquelles maintenir l'emploi localement est devenu un enjeu majeur pour maintenir la population. L'offre touristique développée sous diverses formes par des opérateurs privés est donc soutenue par des politiques qui promeuvent et façonnent le développement touristique.

Mon objectif ici est de décomposer les conceptions et la mise en œuvre de ces politiques locales à travers l'analyse plus approfondie du cas de Laponia pour mieux comprendre deux dimensions entremêlées : comment les localités se promeuvent-elles comme destinations touristiques (quelles images et imaginaires mobilisent-elles) ? Et quelles valeurs attribuent-elles au tourisme (quels types de tourisme sont favorisés et à quelles visions du développement par le tourisme renvoient-ils) ? L'analyse de l'organisation de l'offre de services pour les touristes, le développement d'argumentaires promotionnels et les images qui y sont utilisées, le financement de grands projets de développement et l'utilisation de labels de qualité sont autant d'aspects qui nous permettent d'aborder ces deux questions. L'un des objectifs est de cerner la place réelle du label Patrimoine mondial dans ces conceptions, politiques et stratégies de la promotion du tourisme mises en œuvre à l'échelle des entités territoriales portant le site classé.

Si je me concentre ici sur Laponia, on observe dans les deux études de cas, une structure relativement similaire, qui est classique des situations de mise en tourisme d'un territoire : les collectivités locales, et plus précisément les municipalités (pour Pyrénées-Mont Perdu) et les districts (pour Laponia) développent des services en charge de porter et de mettre en œuvre les politiques de développement touristique, services largement centralisés par les offices du tourisme qui jouent un rôle fédérateur pour l'offre locale. Les discours et les observations présentés dans cette section sont essentiellement issus de mes enquêtes auprès des administrateurs locaux, auprès des agents des offices de tourisme et auprès des autres acteurs en charge de promouvoir les localités de Laponia comme destinations touristiques. Ces divers acteurs ont en commun de travailler à l'échelle locale, c'est-à-dire à l'échelle des territoires des districts suédois (*kommuns*) et à ce titre, ne vivent pas directement du tourisme contrairement aux entrepreneurs et aux opérateurs privés par exemple, mais travaillent à mettre en œuvre les politiques de structures publiques ou associatives promouvant le tourisme.

1.1. Gällivare et Jokkmokk : des fonctionnements distincts mais des stratégies similaires

Les deux districts porteurs du site Laponia, Gällivare et Jokkmokk, organisent séparément la promotion du tourisme sur la base de leur propre entité territoriale et collaborent relativement peu dans les faits. Une première explication évidente à cette situation est celle que j'ai déjà développée, d'ordre géographique : les deux districts couvrent de vastes territoires et les deux villes qui centralisent les services sont éloignées d'environ 100km l'une de l'autre. D'autres raisons d'ordre structurel, politique ou culturel contribuent aussi à comprendre une telle scission. Pour mieux les cerner, intéressons-nous aux structures qui portent la promotion du tourisme.

1.2. Des plateformes pour se promouvoir comme destinations touristiques

Depuis le milieu des années 2000, les orientations du développement touristique dans chaque district sont portées par deux « plateformes » : *Visit Gällivare Lapland* et *Destination Jokkmokk*, présentées par mes informateurs comme des « *destination companies* » (terme anglais), c'est-à-dire des structures chargées de promouvoir Gällivare et Jokkmokk comme destinations de tourisme. Ces plateformes sont principalement financées sur la base de fonds privés par les entreprises membres dans le but de fédérer l'offre touristique. Si leur gestion s'opère de manière distincte entre les deux entités géographiques, elles reposent néanmoins sur le même modèle, comme l'expose Bernt W. qui a participé à la création de *Visit Gällivare Lapland* dans les années 2000 :

“These are the platforms, they are owned by the tourism companies themselves. So they are owned by the members who work with tourism. And the companies have three main questions to work with: with the tourist office, to market the members' products, both on local, regional and international scale, and they sell the products”. (Bernt W., été 2011 à Gällivare)

Ces plateformes assurent trois missions complémentaires : contribuer à la gestion des offices de tourisme (situés respectivement dans les villes Gällivare et de Jokkmokk), promouvoir l'offre touristique des entreprises membres à l'échelle locale, régionale et internationale, et vendre les produits de tourisme en tant qu'intermédiaires entre ces entreprises membres et les clients. Actives à l'échelle des municipalités, elles s'insèrent dans un système pyramidal de promotion du tourisme en Suède : elles sont chapeautées par une plateforme équivalente à l'échelle plus large de la région, *Swedish Lapland*, elle-même chapeautée par la plateforme nationale *Visit Sweden* en charge de promouvoir la Suède comme destination internationale de tourisme (cf figure 38).

Selon Bernt W., ces plateformes traduisent une volonté de renouveler le développement du tourisme comme un secteur économique de premier plan pour les districts. Il s'agit par là d'organiser et de fédérer le secteur à l'échelle locale, et en lien avec la demande à tous les niveaux : local, national et international. *Visit Gällivare Lapland* a été créée en 2006 et *Destination Jokkmokk* en 2008. Ce décalage temporel témoigne d'une disjonction plus générale, où Gällivare et Jokkmokk se promeuvent en se focalisant avant tout sur l'offre de leur propre district. Cela explique que les deux jeunes structures collaborent relativement peu pour la promotion du site Laponia classé au Patrimoine mondial, qu'elles portent pourtant ensemble :

“We wanted to start Visit Gällivare in 2004, but it started in 2006 I think. And we tried to get Laponia in. But because of Jokkmokk had no destination company, we couldn't do that”. (Bernt W. été 2011 à Gällivare).

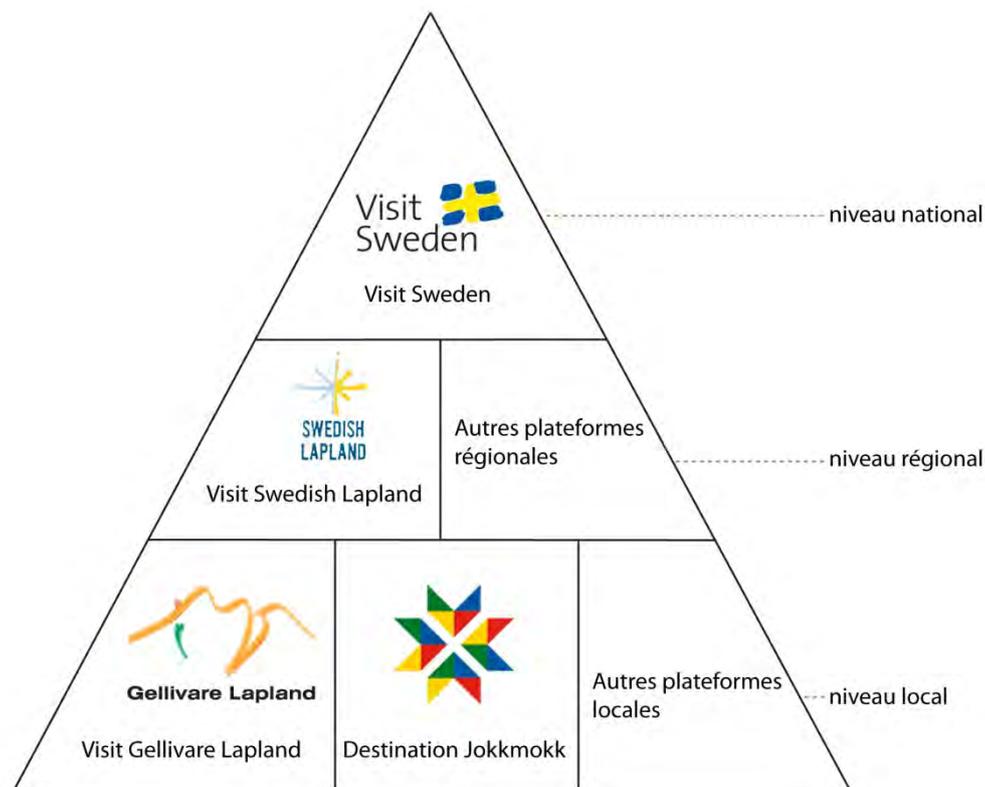


Figure 38. Système pyramidal de promotion du tourisme en Suède, du niveau national au niveau local.
Source: Revelin, 2013 et logos officiels des plateformes respectives.

1.3. Des argumentaires promotionnels contrastés pour chaque ville : l'industrie et la culture

Les villes de Gällivare et Jokkmokk concentrent l'activité du district qu'elles représentent. Elles orientent singulièrement leurs argumentaires promotionnels, à la fois en s'adaptant à l'offre locale qui constitue la base de chaque plateforme (puisque ce sont les entreprises locales de tourisme qui les financent), mais aussi en se promouvant différemment, l'une comme ville industrielle, l'autre comme ville de culture. D'un côté en effet, Gällivare, ville industrielle, a construit sa prospérité majoritairement sur ses industries extractives (cf chapitre 5), spécificité qu'elle utilise aujourd'hui comme un argumentaire touristique et qui complète une offre largement articulée autour des activités de pleine nature dans les vastes territoires périphériques du district. De l'autre côté, Jokkmokk est une ville de plus petite envergure où la population samie est plus largement représentée. Jokkmokk se présente davantage comme une ville samie. Cela se traduit autant au niveau de la vie locale en général, Jokkmokk a par exemple des écoles samies où les enfants peuvent être scolarisés dans leur langue et apprendre les métiers traditionnels d'artisanat, qu'au niveau de l'offre culturelle à destination notamment du marché touristique. Son symbole le plus ostensible est sans doute son musée moderne « des montagnes suédoises et de la culture samie », nommé *Ajtte*. Il dispose d'une bibliothèque recelant une littérature largement tournée vers la culture samie et des

salles de conférences souvent utilisées pour des rencontres internationales abordant notamment les problématiques des peuples et des droits autochtones. De même, un marché sami, que j'évoquerai plus longuement (cf 1.5. de ce chapitre), a lieu chaque année dans la ville depuis 400 ans et attire aujourd'hui près de 40 000 visiteurs annuellement, ce qui en fait un événement majeur de la vie touristique locale. Si l'offre des villes est importante du point de vue de l'orientation qu'elle donne à l'économie du tourisme et à l'image de la destination, leur périphérie en est un élément crucial. Malgré ces orientations contrastées, un trait commun aux deux localités est que les vastes aires naturelles protégées de leurs territoires périphériques constituent une image caractéristique de la région au sens large (la Laponie) et présentent un fort potentiel d'attractivité pour les activités de pleine nature. Ce sont ces territoires que Laponia recouvre. Et pourtant, en examinant la promotion des districts comme des destinations de tourisme, on n'observe pas d'effort commun porté par les deux entités de Jokkmokk et de Gällivare pour promouvoir cette dimension.

Si Jokkmokk et Gällivare ont une stratégie similaire, qui consiste à mettre en tension leurs pôles d'attractivité et leurs zones périphériques pour rapatrier des touristes vers les villes et les activités à haute valeur ajoutée, chaque district en revanche ne mobilise pas les mêmes atouts. De cette manière, chaque localité suit une démarche qui lui est propre en coopérant relativement peu avec l'autre. Cette réalité explique partiellement pourquoi la promotion de Laponia en tant que site du Patrimoine mondial n'est pas davantage mise en avant par les deux territoires porteurs. Constat qui m'est en effet apparu dès mes premiers terrains en 2008-2009, au cours desquels j'ai observé une promotion très faible du classement au Patrimoine mondial du site et une information presque inexistante à ce sujet dans l'enceinte du site. Un constat renforcé par mes diverses enquêtes auprès des touristes, qui montraient alors leur large ignorance de ce classement, ou une connaissance très sommaire.

Pour saisir plus finement les logiques d'autopromotion des localités, je présenterai ici le cas de la plateforme *Visit Gällivare Lapland*, à laquelle je me suis intéressée de plus près durant mes enquêtes de terrain. Les témoignages et l'observation des acteurs de cette structure nous éclaireront sur son fonctionnement et sur la place que tient réellement le label du Patrimoine mondial dans la mise en valeur touristique de la région. Je poursuivrai cette description en abordant le cas de la ville de Jokkmokk et de son offre culturelle à travers deux éléments importants en particulier : son musée et son marché sami.

1.4. Des mines high-tech au wilderness comme argumentaires touristiques : l'exemple de Gällivare

1.4.1. Mobiliser des identités contrastives comme une singularité pour « se vendre » ?

Johanna M., qui parle couramment le français, a été employée par la ville de Gällivare de 2006 à 2008 pour lancer *Visit Gellivare Lapland*. Je la rencontre en 2008. Elle me décrit alors sa mission comme une volonté d'organiser le tourisme dans le district, de créer un « service de tourisme » :

« En fait ça consistait à construire un organisme pour faire une organisation du tourisme, qui est en fait pas un bureau de tourisme, mais plus du service du tourisme : on fait du marketing, on fait des stratégies, on fait des ventes, et on fait tout le service comme ici. On fait le bureau pour le tourisme, on a le site internet, on fait le booking pour les hôtels, la voiture... ». (Johanna M., été 2008 à Gällivare)

Trois ans plus tard, en 2011, Anna J., une jeune Suédoise originaire de Gällivare, est employée comme chargée de marketing pour cette plateforme. Elle m'explique que *Visit Gellivare Lapland* a atteint l'envergure escomptée et regroupe quasiment l'ensemble des entreprises privées de tourisme de Gällivare :

“For us, we organize tourism in the whole area. We do have, at the moment, we have 55 companies, and I think we have around 50 of those like working with tourists”. (Anna J., responsable marketing pour Visit Gellivare Lapland, été 2011 à Gällivare)

Présentée comme un outil fédérateur en charge de promouvoir l'ensemble des richesses de la région, “*the whole area*”, cette structure est destinée à mieux vendre l'offre touristique des entreprises locales et à améliorer leurs prestations :

“Well the purpose of Visit Gellivare Lapland is to market and sell Gällivare, the whole area. But also to do better with the tourists in the area. So we also do workshops with our members, and we also have lectures, and now we have this class where everyone can read about hospitality. We also develop the companies here, whilst also marketing the area”. (Op.cit.)

Comme on l'a vu, le district de Gällivare est caractérisé par un contraste fort entre d'un côté sa zone urbanisée qui concentre les activités économiques et industrielles, et de l'autre ses vastes aires naturelles ; un contraste qui imprègne l'offre touristique locale et que la plateforme *Visit Gellivare Lapland* s'attache à valoriser comme une richesse.

“We welcome you to our hometown, a place where you can find both relaxing silence and exhilarating action. Every season has its charm and there are always plenty of things to see and do in Gällivare, no matter the season. In Gällivare, the mining industry is the backbone of society and two of the world's most high-tech mines are situated here, LKAB and Aitik. From high-tech companies to deafening silence in 20 minutes, that's the contrast you find in Gällivare. Because in our hometown, the wilderness is just around the corner.

Welcome to Gällivare!" (Citation centrale de la page d'accueil du site Internet de Visit Gällivare Lapland, consultée en mars 2013)

Sur son site Internet dédié au tourisme et dont l'extrait ci-dessus illustre la page d'accueil, Gällivare se présente ainsi comme une destination capable d'accueillir le touriste dans un environnement offrant le choix entre un « silence relaxant » et une « activité exaltante », symbolisés d'un côté par le wilderness : « *because in our hometown, the wilderness is just around the corner* » (*op.cit.*), et de l'autre les mines, qui sont à l'origine du développement de la ville et de sa prospérité économique (*cf* chapitre 5) et sont vantées pour être des industries éminemment modernes : « *the mining industry is the backbone of society and two of the world's most high-tech mines are situated here* » (*op.cit.*). Gällivare se met donc en scène comme destination de tourisme qui s'inscrit dans un panel symboliquement étendu entre des stades extrêmes des rapports de l'homme à l'environnement : oscillant entre une nature sauvage conçue comme vierge et préservée des impacts d'origine anthropique, et l'état le plus avancé du développement technologique d'industries extractives. Souvent conçues comme des opposées (Büscher & Davidov, 2013), ces deux images fortes et caractéristiques de la région sont promues ensembles comme la richesse des expériences à découvrir dans le district de Gällivare. Sur le site Internet, se côtoient les images des mines en exploitation et celles de vastes paysages de nature, soit enneigés, soit verdoyants pour souligner le contraste des saisons qui offrent des expériences variées. Du point de vue de l'argumentaire promotionnel donc, ces deux dimensions de Gällivare sont abondamment représentées, comme en témoignent aussi les dépliants distribués par l'office de tourisme. C'est à travers elles que Gällivare à la fois se définit et se démarque d'autres types de destinations pour proposer des expériences originales.



Photo 37. Paysage des montagnes lapones enneigées. Au premier plan, une croix de balisage des itinéraires de randonnée et de motoneige. Source: site Visit Gällivare Lapland, avril 2013.



Photo 38. Camions miniers transportant le minerai à Aitik, mine à ciel ouvert de Gällivare. Source: site Visit Gällivare Lapland, avril 2013.

Pour reprendre les propos de Johanna M. cités plus tôt, ces images sont celles utilisées pour « vendre Gällivare » comme une destination de tourisme. C'est-à-dire, dans un premier temps, pour attirer les touristes dans la localité ; mais « vendre Gällivare » exprime surtout la volonté de donner une valeur économique au tourisme local.

Ces richesses ne se vendent pas directement comme des produits touristiques. La nature d'autant moins, en particulier dans le contexte que l'on a présenté plus tôt du poids d'une culture scandinave du plein air et de l'immersion dans la nature, qui valorise l'accès gratuit aux grands espaces de nature. Dans ce dessein commercial, le rôle de la plateforme *Visit Gällivare Lapland* est de soutenir l'offre des entrepreneurs touristiques locaux qui vendent leurs services et produits aux touristes, et donc d'intervenir au niveau de la troisième mission qui leur est confiée, à savoir « vendre leurs produits en tant qu'intermédiaires entre ces entreprises membres et les clients » (cf ci-dessus). Pour Anna qui travaille à l'office de tourisme de Gällivare comme chargée de marketing, les mines représentent de ce point de vue le plus fort potentiel. Elle explique en effet que les visites organisées

dans les deux mines de la ville sont l'une des activités les plus vendues par l'office de tourisme, en particulier en saison estivale.

“The biggest resources in the tourism market, the biggest ones are the mines. With both mines, you can visit the working mines. [...]

It's more about the interest of tourists contacting the tourist information. But also about the interest of “what I can see during the summertime?”. We have daily guided tours here”. (Anna J., responsable marketing pour Visit Gällivare Lapland, été 2011 à Gällivare)

En développant cet exemple, mon informatrice met clairement en contraste une forme de tourisme lié entre autres aux mines, c'est-à-dire plus généralement des touristes qui achètent des tours guidés, et les activités qui sont au contraire liées à des pratiques très autonomes et qui caractérisent le tourisme de nature développé dans la périphérie du district :

“And we don't really have [...] daily guided tours of the National Parks. We do get a lot of hikers also that come here. But they already know what they want to do and where they go, to these trails, and Padjelanta, and up to Stora Sjöfallet and maybe Sarek.”

[...] “The mine tourism is an interest in general in the summertime mostly. But I think the nature tourism is quite big, both summer and wintertime.[...] I think actually the hikers are a huge segment. But for us, like when we sell, it's the mine. And that's usually for elder people, or couples”. (Ibid.)

Il s'agit de deux formes distinctes du tourisme local donc, selon la perspective des agents de l'office de tourisme et de la plateforme *Visit Gällivare Lapland* : d'un côté, un tourisme porteur d'un potentiel pour réaliser une plus value économique - *“like when we sell, it's the mine”* - qui renvoie aux touristes qui vont consommer les produits et services que la plateforme promeut pour ses membres, et de l'autre un tourisme au contraire très autonome, qui consomme peu sur place et est lié à la grande nature, mais qui constitue une part importante de la fréquentation touristique de la région - *“actually the hikers are a huge segment”*.

1.4.2. Voyage au cœur des mines « les plus modernes du monde »

Chacune des mines, LKAB et Aitik, se visite quotidiennement l'été, à l'occasion d'un tour d'une demi-journée (3-4 heures) accompagné par un guide de l'entreprise « Gällivare taxi ». Le prix du tour est de 20 euros par personne environ pour la mine souterraine LKAB et 45 euros pour la mine à ciel ouvert Aitik. L'entreprise de transport assure ces tours en collaboration avec l'office de tourisme et les mines, notamment parce que les tours se font principalement par déplacements en véhicule. Les touristes sont réunis à la gare de Gällivare et empruntent alors le minibus de « Gällivare taxi » qui les

conduit jusqu'à la mine choisie. J'ai pris part au tour du 28 juin 2011 pour participer à une visite de la mine souterraine LKAB.

Ce jour-là nous sommes quinze, seize avec la guide, des adultes principalement et deux adolescents avec leurs parents. La majorité des touristes sont Suédois, mais il y a aussi des Allemands et un couple de Français. Sur les 5 km de trajet environ entre la gare de Gällivare et la mine voisine de Malmberget, notre guide, qui conduit le minibus, nous informe sur l'histoire de la mine, le nombre de travailleurs, la nature et la qualité de la production minière et d'autres données d'ordre général. Sans surprise, notre guide parle couramment l'anglais et traduit pour les touristes étrangers chaque information qu'elle a d'abord donnée en suédois. Le tour commence par la brève visite d'un petit musée près de l'entrée historique de la mine, là où l'exploitation a débuté il y a plus de cent ans. Y sont exposés les anciens outils, des photos d'époque où l'on voit les premiers mineurs, ou encore des échantillons de minerai. Un court film de quinze minutes environ nous est ensuite projeté dans une salle du musée. Il évoque l'histoire de la mine depuis sa création à la fin du XX^e siècle jusqu'à son exploitation actuelle. On y apprend qu'historiquement, lorsque les Suédois décidèrent lors de la période d'industrialisation du pays de venir exploiter les ressources du nord (cf chapitre 5), les prospections étaient très difficiles en raison du climat, de l'éloignement et des barrières techniques. En revanche les Samis savaient quelles montagnes recelaient du minerai de fer et c'est grâce à ce savoir que la montagne de Malmberget commença à être exploitée, après, selon ce que nous raconte le film, qu'un Sami l'ait désignée aux ingénieurs venus prospecter. Submergés par cette foule d'informations à l'occasion de cette brève visite du musée, la place est alors à l'expérience empirique que nous attendons tous : la visite de la mine. Notre groupe est conduit vers son entrée actuelle, celle empruntée quotidiennement par les mineurs et les engins de déblaiement. Nous sommes d'abord équipés du matériel de sécurité (casque, lampe, combinaison, bottes) et informés des consignes. La sécurisation de l'entrée nous impose plusieurs arrêts avant d'emprunter la route qui s'engouffre sous terre. Le bus est silencieux ; il semble y avoir une légère appréhension. Mais la voix de la guide et son discours rodé cassent vite ce silence. Elle nous explique la fonction du compteur électronique devant lequel nous passons et qui indique en temps réel le nombre d'entrants et de sortants dans la mine, pour des questions de sécurité. L'écran électronique affiche « +16 », puis « *turist*⁷³ » pour indiquer la nature des entrants. Nous voilà étiquetés pour de bon. Le bus sillonne les galeries souterraines asphaltées pendant plusieurs kilomètres pour s'enfoncer à plusieurs centaines de mètres sous terre et atteindre les étages d'extraction. Là, le bus commence à marquer des arrêts destinés à nous présenter en détail les processus d'exploitation et de

⁷³ *Turist* en suédois signifie touriste.

récupération du minerai. Les visites, que ce soit celle-ci à LKAB ou celles mises en œuvre à Aitik, sont réalisées dans les mines en activité. Nous croisons donc des mineurs et des camions à l'ouvrage. Loin des pelles et pioches archaïques, les mineurs sont ici avant tout des conducteurs d'engins. Derrière des commandes, presque personne n'est à terre et surtout pas dans les zones de forage, dont on nous indique simplement la présence mais pas question de s'en approcher, par sécurité. Le processus d'extraction est entièrement mécanisé et l'homme est ici pour le guider et le contrôler, ou comme nous, « l'admirer ». Nous sommes invités à visiter les espaces de vidéo surveillance qui suivent le bon déroulement du travail et à poser nos questions aux employés affectés à ce type de poste. Les échanges sont brefs et les questions plutôt factuelles ; dans mon groupe visiblement, pas de spécialistes de l'industrie minière et les échanges se cantonnent à des explications très simples sur les tâches des mineurs et le fonctionnement de l'activité. Les thèmes de la sécurité et des technologies de pointe sont récurrents. Les rencontres se passent dans la bonne humeur et le personnel prend le temps de se détourner de son travail pour accueillir le groupe et présenter son rôle dans la mine.



Photo 39. Touristes et personnel de LKAB lors d'une visite de la mine. Source: photo de Gällivare Taxi.

Le tour se termine par une visite en surface, pour expliquer aux touristes la formation du vaste gouffre situé au cœur de la ville de Malmberget, au-dessus de la mine, dû à l'effondrement du sol.



Photo 40. Vue satellite du gouffre au dessus de la mine de Malmberget, district de Gällivare, source : www.maps.google.fr, mai 2013.

Autour de ce gouffre, on nous montre le périmètre de sécurité qui évolue progressivement à mesure de l'exploitation du sous-sol et des risques d'effondrement. Ce périmètre a été déplacé en plusieurs vagues dans les 40 dernières années. Nous sommes enfin conduits à une salle d'exposition dans le hall des bureaux de la mine, où nous est présentée une vaste maquette schématisant les prospections et les futurs projets d'extraction, ainsi que les projets en cours quant au déplacement de la ville causé par les nouveaux risques d'effondrement du sol à mesure que l'extraction se poursuit. Sujet qui passionne le groupe par son caractère impressionnant et qui est souvent l'accroche de la curiosité pour ces mines. Les échanges avec la personne qui nous commente ces projets sont dynamiques, loin de la timidité affichée lors de l'observation des systèmes de contrôle. A Malmberget, au même titre que dans la ville voisine de Kiruna devenue très célèbre à ce sujet, les projets pharaoniques de déplacement de la ville font l'objet de documentaires diffusés sur les chaînes de télévision nationales et internationales. Les industries minières utilisent donc cette médiatisation comme une opportunité d'attirer le visiteur curieux pour découvrir *in situ* ces mines, alors même qu'il n'est pas forcément venu dans la région pour ce type d'expérience.

En participant à cette visite guidée, on remarque en définitive que l'accent est largement mis sur la présentation des technologies innovantes et du haut niveau de sécurisation de ces mines modernes. Les conditions de travail des mineurs sont présentées comme très avantageuses (salaires élevés, condition de sécurité optimum, dix semaines de congés payés par an) à l'opposé de l'image

péjorative commune du mineur exposé au risque et au dur labeur. La puissance économique de l'activité extractive, la qualité du minerai et l'exportation internationale du savoir-faire de pointe des industries minières suédoises sont également des sujets à l'honneur. On observe ainsi que s'exprime prioritairement une volonté de transmettre une image positive des mines au public et d'informer sur les grands projets de délocalisation des populations. D'ailleurs au même titre que les mines de Gällivare, la mine de Kiruna met en place ces visites guidées dans des programmes à plus grande échelle, avec notamment un musée directement incorporé à la mine, dans le même but pédagogique. Ce tourisme d'industrie n'est donc pas tant motivé par son potentiel économique que comme un moyen d'informer le grand public sur le terrain et de cultiver une image valorisante des mines. Et finalement, dans une région largement mise en lumière pour ses vastes aires naturelles préservées, se développe paradoxalement cette activité touristique de découverte de l'industrie extractive, présentée non pas comme une forme d'exploitation intensive de ressources naturelles épuisables, mais comme un enjeu majeur tant à l'échelle locale pour les habitants et pour la survie de la région, qu'à l'échelle nationale pour la prospérité économique du pays et son rayonnement international.

Finalement, ces tours dans les mines relèvent avant tout de stratégies et de produits développés par des opérateurs de tourisme ; mais ils montrent néanmoins les liens étroits qui existent avec les stratégies des promoteurs. La plateforme *Visit Gellivare Lapland* et l'office de tourisme jouent un rôle déterminant en portant ces produits et en les vendant. Produits touristiques de premier plan puisqu'ils possèdent à la fois une valeur-ajoutée d'un point de vue économique et permettent d'attirer les touristes vers les villes. Mais aussi parce qu'ils incarnent le jeu de mise en scène de la région par une expérience touristique : on accompagne les touristes à découvrir les mines comme une richesse, et même une prouesse technique suédoise, développée ici dans les régions nordiques du pays. Loin d'être uniquement des aires de nature préservées et permettant l'expérience de la nature sauvage, le nord se montre aussi ici comme recelant des activités à la pointe de la modernité. Cette activité de tourisme met donc en balance une vision purement romantique du nord, avec celle au contraire d'une région dynamique, et marquée par le changement.

1.4.3. Dundret, le soleil de minuit et l'Inlandsbana : « the typical package »

Après les mines, Anna expose la liste des atouts touristiques et les activités qui fonctionnent selon son point de vue de chargée du développement marketing pour *Visit Gellivare Lapland* :

“And then we have Dundret, both summer and wintertime actually. And then the midnight sun and the arctic lights. And then also the Lapponia area. Those are the biggest”. (Anna J., responsable marketing pour *Visit Gellivare Lapland*, été 2011 à Gällivare)

Dundret est une station de ski alpin située tout près de la ville de Gällivare et une réserve naturelle. En hiver, la station attire une activité liée aux sports d’hiver. Située dans la zone à dominance plane du district (par opposition à ses montagnes de l’ouest adossées à la Norvège), Dundret jouit de ses modestes 820 m. d’altitude pour permettre l’ouverture de quelques pistes de ski de descente et pour offrir un panorama avantageux tout en étant proche de la ville.



Photo 41. Vue sur la montagne de Dundret depuis la ville de Gällivare. Source: panoramio.com/SnowmanS, 2010.

Une situation dont bénéficie un grand complexe hôtelier installé dans le petit massif et qui héberge de nombreuses manifestations organisées par la ville. Par exemple, la grande fête annuelle de jeunes bacheliers, tradition suédoise très forte qui fait l’objet d’importantes célébrations, s’y tient régulièrement. Des conférences et des événements culturels y sont également organisés.

Précisant que Dundret est une force touristique locale “aussi bien en été qu’en hiver⁷⁴”, Anna fait allusion en partie à ce type d’activités locales qui gonflent sa fréquentation, mais aussi à une forme de tourisme de contemplation, de « *sight-seeing* », que la ville cherche à développer. Une réserve naturelle « au coin de la rue », et « un point de vue imprenable », arguments repris par *Visit Gällivare Lapland* pour présenter Dundret :

⁷⁴ Cette citation entre guillemets reprise dans le texte et les suivantes sur le même modèle sont des traductions de l’auteur et répètent des parties séquencées des plus longs extraits d’entretiens qui apparaissent dans le format spécifique aux citations.

“A nature reserve just around the corner is what many dream of. Here in Gällivare we can offer you exactly this during your stay. From here you have a perfect view over Gällivare and Gropen together with the midnight sun. From the top of the mountain you can see as much as 1/11 of Sweden!”
(Extrait du site Internet de Visit Gällivare Lapland, consulté en mars 2013)

Dundret est vendu comme un « spot » idéal de la ville de Gällivare pour contempler les paysages à la lumière du soleil de minuit, et à ce titre, est la destination estivale d'un « **midnight sun tour** » organisé par l'office de tourisme.

“At the top of Dundret, when the weather is clear, you get an amazing view of one eleventh of Sweden and snow covered mountains in afar!

Enjoy the midnight sun from a perfect spot!” (Extrait du site Internet de Visit Gällivare Lapland, consulté en mars 2013)



Photo 42 & 44 bis. Le soleil de minuit depuis Dundret et le bus de l'excursion, images dans la page Internet de *Visit Gällivare Lapland* pour présenter l'offre du « **Midnightsun tour** ». Consulté en avril 2013.

Depuis Dundret, expliquent en effet les dépliants et le site Internet de l'office de tourisme, on peut contempler de mi-juin à mi-juillet les nuits ensoleillées de Laponie, tout en apercevant « un onzième de la Suède », argument souvent repris pour souligner l'exception du point de vue. Le tour consiste à y conduire les touristes en bus vers 23h, pause photographique et *fika* (café et en-cas, très appréciés dans la culture suédoise) depuis le meilleur point de vue, et retour à la ville, pour 20 euros environ par adulte et 10 euros pour les enfants. Ce tour peut s'acheter seul, mais fait plus fréquemment partie d'une formule proposée depuis la venue à Gällivare d'un train touristique mis en service dans les années 1990, pour sauvegarder la ligne de chemins de fer qui relie le nord au sud de la Suède par l'intérieur des terres. Le train draine une fréquentation touristique importante pour la ville.

“And during the summer, we have the Inlandsbanna that brings quite a lot of tourists. It's a bit of older”. (Anna J., responsable marketing pour Visit Gällivare Lapland, été 2011 à Gällivare)

« *Inlandsbana* » signifie littéralement « le train de l'intérieur des terres ». Il a été créé au début du XX^e siècle et mis en service à partir des années 1930 pour transporter des biens et des hommes dans les territoires enclavés de l'intérieur de la Suède et laissés pour compte du dynamisme économique, par opposition à la bande côtière de l'est et au sud du pays. S'étendant sur 1300 km de zones rurales, les voies ferrées de l'*Inlandsbana* avaient pour objectif de rattacher les petites localités des deux tiers nord de la Suède au sud plus dynamique. Peu rentable, cette voie fut fortement menacée de fermeture et d'abandon à partir de la période des Trente Glorieuses. Dans les années 1990, les autorités locales des territoires traversés par son itinéraire décident de relancer l'activité pour maintenir le dynamisme porté par ce réseau. Elles lancent un projet touristique pour soutenir l'initiative de sauvegarde de l'*Inlandsbana* : d'anciennes rames sont réhabilitées pour devenir des wagons voyageurs (cf photo n°43) qui sillonnent quotidiennement les 1300 km de voies ferrées entre Kristinehamn au sud et Gällivare au nord (cf carte n°17).



Photo 43. L'*Inlandsbana*, été 2011. Photo : F. Revelin.

Voyager en *Inlandsbana* est présenté comme une « autre manière » de découvrir le pays, sous tendant l'idée d'une autre Suède. Non pas celle la plus connue des zones côtières et urbaines du sud, où vivent la grande majorité des Suédois et où se centralise le tourisme, mais au contraire, la Suède des terres et du nord :

« Faites l'expérience de la Suède d'une autre manière, avec des paysages de nature variés, une culture unique, le cercle polaire et le soleil de minuit⁷⁵ ». (Brochure présentant l'Inlandsbana, été 2011, traduction de l'auteure)

Circulant quotidiennement, mais seulement en période estivale sur la portion Östersund-Gällivare (la section Sud Östersund-Kristinehamn est encore en réhabilitation), et durant la semaine hivernale du marché de Jokkmokk⁷⁶ sur la portion nord Jokkmokk-Gällivare, l'Inlandsbana touristique est une attraction en soi. Le train est ancien et l'histoire de la ligne est largement mise en scène dans les brochures qui en font la promotion, ou dans les commentaires des guides qui accompagnent ses trajets. Faire découvrir aux touristes les petites localités rurales du nord et les faire vivre sont ses objectifs principaux.

⁷⁵ « *Upplev Sverige på ett annorlunda sätt med varierande natur, unika kulturmiljöer, polcirkeln och midnattssolen* ».

⁷⁶ Chaque année, le marché a lieu la première semaine de février.



Carte 17. Itinéraire de l'Inlandsbana de Kristinehamn à Gällivare, voie ferrée reliant le nord au sud de la Suède par l'intérieur des terres suédoises, et empruntée par le train touristique. Source : inlandsbanan.se.

Le trajet Östersund-Gällivare (dans les deux sens) dure environ douze heures et est ponctué de nombreuses pauses dans chaque localité (on peut voir sur la carte n°17 les nombreuses dessertes), des pauses relativement longues (quinze à trente minutes) durant lesquelles les touristes peuvent se dégourdir et se restaurer dans les gares, les petits restaurants, ou même à des stands mis spécialement en place par des habitants aux horaires de passage du train. Sur la photo ci-dessous par exemple, il s'agit du second arrêt de l'Inlandsbana après son départ de Gällivare vers le sud. Le train s'arrête près d'un petit café-restaurant familial entre Gällivare et Jokkmokk, en dehors d'une gare, et l'on voit les touristes attablés pour une *fika* (pause café).



Photo 44. Touristes de l'Inlandsbana lors d'une pause dans un petit café familial près de Jokkmokk. Été 2011. Photo : F. Revelin.

Autre exemple plus au sud, lorsque la voie ferrée croise la latitude du cercle polaire arctique, le train marque un arrêt en pleine forêt et ses passagers peuvent descendre pour prendre une photo face au panneau « Cercle polaire », dont la limite est matérialisée au sol par des pierres blanches.



Photo 45 & 45 bis. Arrêt de l'Inlandsbana au niveau du cercle polaire, les touristes se prennent en photo devant le panneau indiquant « cercle polaire arctique ». Photos : F. Revelin.

Un guide accompagne systématiquement le voyage et commente l'histoire locale, les spécificités des régions traversées, les choses d'intérêt à y visiter. Pour mieux faire bénéficier chaque localité de ce tourisme, l'Inlandsbana propose des tickets ouverts sur deux semaines, grâce auxquels les touristes ont la possibilité de séjourner dans les diverses localités desservies et de reprendre le train suivant le lendemain (un train par jour dans chaque direction). Dans ce contexte, les localités vendent des formules proposant diverses excursions. C'est ainsi que Gällivare, destination finale, propose son

« *Midnight sun Tour* » pour lequel elle bénéficie de l'activité de l'Inlandsbana qui draine un tourisme estival consommateur des formules et services touristiques locaux.

Ce tourisme lié à des excursions organisées est finalement décrit par Anna comme la « formule touristique typique » de Gällivare, qui mélange les diverses attractions commercialisables – et commercialisées - de la ville. Elle constitue à ce titre une activité importante du point de vue de la gestion directe des touristes par l'office de tourisme dans le cadre de la vente de produits touristiques, en dehors des services d'information qu'offre cette structure.

“You can go from Östersund to Gällivare in one day. And then you arrive in Gällivare at about 22:00 at night, and then we have the midnightsun tours, so they can just take that when they arrive. And then, usually they stay like two nights maybe, and then, the day after they can take the mine tour. So, that's the kind of typical package”. (Anna J., responsable marketing pour Visit Gellivare Lapland, été 2011 à Gällivare)

1.4.4. Soleil de minuit et aurores boréales : Vendre des phénomènes naturels extraordinaires ?

- Lumière sur l'imprévisible

Un aspect intéressant et intrigant de cette formule qui inclut un « midnight sun tour » est la manière dont Gällivare a réussi à transformer un attribut naturel, un élément de l'exotisme associé aux régions nordiques, le soleil de minuit, en un produit touristique « commercialisable ».

Dans la citation qui débute le paragraphe précédent en effet, souvenons nous que mon informatrice évoque deux éléments naturels majeurs comme des atouts touristiques de Gällivare : le soleil de minuit et les aurores boréales. Phénomènes naturels de l'été et de l'hiver qui donnent toute leur singularité aux paysages nordiques, ils mettent en désir la région en animant un imaginaire touristique charmé par la dimension extraordinaire de ces lumières naturelles, spécifiques aux confins de la terre.



Photo 46. Aurore boréale au dessus d'une forêt de pins illustrant le site Internet de *Visit Gellivare Lapland*. Consulté en avril 2013.

Les images de vastes étendues de neiges éclairées par l'aurore boréale ou de paysages de nature rougis par le soleil de minuit abondent dans les dépliants touristiques. Elles sont utilisées pour cultiver cette dimension extraordinaire de la destination, et donc de l'expérience touristique unique qu'elle permet de réaliser. La brochure ci-dessous par exemple (format A4 en réalité), est destinée à promouvoir le célèbre sentier de randonnée du Kungsleden et à diffuser l'information concernant les services touristiques offerts aux randonneurs pédestres ou à ski sur cet itinéraire. Elle mobilise le soleil de minuit comme image de fond de sa page de garde en l'associant à un symbole de l'activité de randonnée, les chaussures d'un marcheur – chaussures toujours montantes dans cette région en raison des nombreuses zones marécageuses. Deux symboles forts donc : l'un associé à l'esthétique singulière des paysages nordiques et de leur lumière, et l'autre associé à leur expérience.

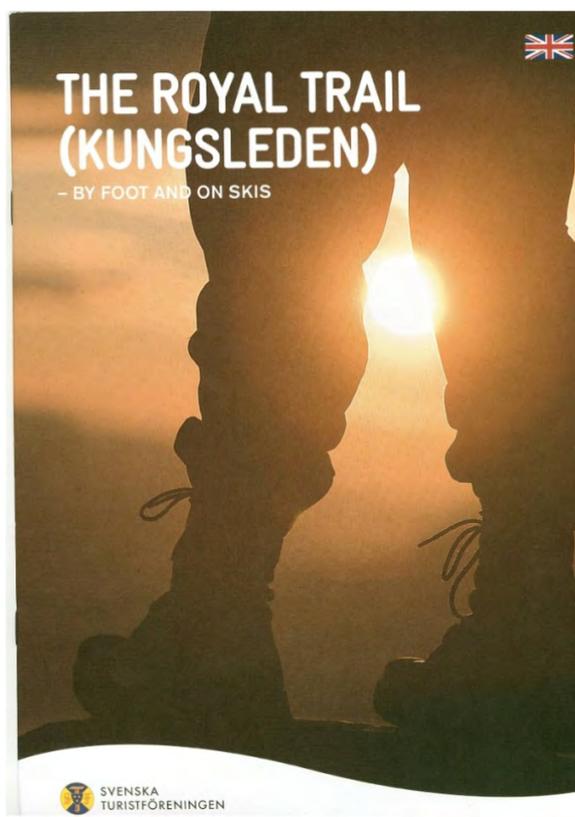


Figure 39. Brochure distribuée par STF pour la promotion du Kungsleden et des activités touristiques connexes. (Recueillie en 2010).

Le soleil de minuit et l'aurore boréale sont soumis à la condition absolue d'un ciel dégagé. Mais si au-delà du cercle polaire arctique on peut malgré tout profiter de la lumière estivale du soleil de minuit à des périodes bien déterminées (environ mi-juin à mi-juillet) quelle que soit la météo, l'aurore boréale est par contre dépendante des variations de l'activité solaire qui la rendent imprévisible. D'un côté, leur rareté (en particulier pour les aurores boréales) amplifie l'engouement autour de ces phénomènes, de l'autre, on est face au défi de développer des produits touristiques qui mobilisent cet imaginaire sans pouvoir garantir la survenue (ou la visibilité) de ces phénomènes lors des séjours.

Un paradoxe intéressant donc : on a à faire à des phénomènes naturels fort importants en terme d'image car ils attirent les touristes, mais dont on ne peut pas se saisir pleinement en raison de leur imprévisibilité. Par définition, on ne peut pas organiser l'imprévisible et le vendre. C'est la difficulté à laquelle font face les promoteurs en particulier pour le cas des aurores boréales, où le facteur chance est crucial :

"We warn that we can't guarantee that there will be [the Northern lights]. So some people, they come like three nights, and they try to come every night to see it. And some people are just here one day, and ok, take a chance, and hopefully we can see it. But we make sure that people understand that of course we have it, but we can't control it, it's a natural phenomenon". (Anna J., responsable marketing pour Visit Gällivare Lapland, été 2011 à Gällivare)

Il faut donc utiliser subtilement ces atouts sans tromper le client ; là se trouve la clé des stratégies commerciales que *Visit Gällivare Lapland* tente de développer. La plateforme met en avant diverses activités touristiques pour lesquelles ces phénomènes naturels peuvent constituer une plus value de l'expérience touristique :

"We don't market it itself. But what we do is that we just take care of that. Because people know that where we are, above the arctic circle, we have the midnight sun. So we try to arrange, like we have a midnight sun tour and you can for example ride a horse in the midnight sun and take fishing tour in the midnight sun, and you see, you try to push in that way. And the same with the arctic light. We can arrange arctic light safaris with the snowmobile, or dog sledding, or just sitting in the wood and watching the arctic light". (Anna J., responsable marketing pour Visit Gällivare Lapland, été 2011 à Gällivare)

- Des produits satellites pour échapper à l'imprévisibilité : l'exemple des aurores boréales

Le soleil de minuit en été est de fait toujours un élément à part entière de l'expérience touristique à cette saison, au sens où la nuit ne tombe jamais pendant un mois. A ce titre, il se prête plus aisément au développement de produits touristiques qu'Anna évoque. L'équivalent pour l'aurore boréale n'est pas tout à fait vrai : plus imprévisible, plus rare, ce phénomène est plus difficile à intégrer dans des tours organisés. Pourtant, et justement pour ces mêmes raisons, son image est très forte, et les aurores boréales suscitent un désir, une attraction marquée de la part des touristes. J'ai pu le constater sur le terrain en interrogeant de nombreux touristes dans la région, mais aussi depuis la France : en évoquant mon terrain en Laponie, l'image de l'aurore boréale émergeait souvent dans des conversations comme un phénomène qui fait rêver.

Il existe donc pour la région un potentiel pour un tourisme d'aurores boréales, potentiel déjà exploité dans le district voisin de Kiruna comme me l'expliquent mes informateurs de Gällivare. Maria, responsable de la plateforme *Visit Gällivare Lapland* et de l'office de tourisme jusqu'en 2012 souligne que ce type de tourisme est développé en particulier en lien avec la station STF d'Abisko et l'hôtel de

glace de Jukkasjärvi (tous deux dans le district de Kiruna). Elle associe largement cette activité à des tours opérateurs d'origine japonaise : on fait venir des groupes de Japonais qui souhaitent spécifiquement séjourner dans la région pour voir des aurores. A plusieurs reprises lors de mes enquêtes, a été évoqué ce tourisme d'aurore boréale très organisé dans la localité voisine. De nombreuses anecdotes alimentent la vision locale de ces pratiques liées à l'industrie touristique nipponne, et notamment l'idée que l'aurore boréale porte chance dans la culture japonaise. Geir, un biologiste travaillant dans la région, m'explique par exemple avec humour que de jeunes couples mariés viennent passer leur voyage de noces à l'hôtel de glace pour y concevoir leur premier enfant sous les aurores boréales et lui offrir ainsi la garantie d'une vie fortunée.

Les discours mettent en lumière une forte ambivalence, oscillant entre la volonté de développer davantage de produits avec des tours opérateurs japonais sur le modèle de ce qui semble s'accomplir avec succès à Kiruna, et une certaine réticence vis-à-vis de la dimension « tourisme de masse » qu'évoquent de telles initiatives. Un tourisme de masse pas vraiment souhaité par les promoteurs de Gällivare. Pourtant, lors de mes derniers terrains en 2011, la tendance était à développer les contacts avec le Japon, et Maria organisait alors un voyage au Japon pour activer un réseau avec des tours opérateurs locaux. A ce titre, l'office de tourisme et la plateforme de Gällivare bénéficient de l'apport précieux d'une de leurs employées, Seiko, Japonaise polyglotte, qui facilite largement les échanges avec les tours opérateurs et les touristes japonais.

Finalement, malgré la contrainte de l'imprévisibilité des aurores boréales, la demande en ce sens est telle que l'office du tourisme réussit à vendre certains produits pleinement basés sur le phénomène naturel :

“Well we just take them outside, because of course there's too much light in the city. So we just go outside and if there's northern lights it's just easier to see it. And we also have one of our members in Porjus, Patricia Coverl, and she is specialized in the arctic lights. And she has a house and stays there, and just takes pictures of it, if it's really flashy. It's Patricia Corwel, arctic colours, northern light center”. (Anna J., responsable marketing pour Visit Gällivare Lapland, été 2011 à Gällivare)

Cette Anglaise membre de la plateforme et vivant à Porjus, à environ 60 km de Gällivare, dispose de matériaux de pointe pour photographier les aurores boréales. Elle a étudié ces phénomènes naturels fascinants, et a ainsi créé une petite exposition de ses photographies à Porjus, où elle propose aussi des visites guidées pour présenter sa passion :

“She is, she was a photographer. She came here to study the arctic lights. And now she is really specialized and she has this special camera on the top of her house and she can take pictures, [and she does it] like since 15 years or something, so it's a very big project with the arctic lights. She is the

expert as well. When we have a group, we call her and ask what's the prognosis. She knows a lot, she can tell it's a good time for it, and then of course it could be cloudy".

[...] And she knows so much about Arctic lights in general. So people who are interested, we can send them to her and she can tell a lot and show pictures about the arctic lights as well". (Anna J., responsable marketing pour Visit Gällivare Lapland, été 2011 à Gällivare)

Patricia est donc consultée en tant qu'experte pour prévoir, à court terme, d'éventuelles vagues d'aurores boréales, et peut ainsi permettre au dernier moment de moduler des tours pour intégrer ou non une sortie « aurores boréales ». Faute d'aurores, son exposition de photos permet malgré tout une sortie sur le thème.

Finalement, ce que montrent les cas des aurores boréales et du soleil de minuit, c'est encore une fois les recoupements entre les stratégies de promotions de la région et le développement des activités des opérateurs de tourisme. Les structures de promotion mobilisent des images et imaginaires forts liés aux paysages et aux phénomènes naturels exotiques du nord, mais la transformation de ces attributs en des produits commercialisables par des opérateurs est faite de bricolages et d'ajustements.

1.4.5. Le Wilderness : des paysages naturels comme richesse locale

Nous avons vu que l'argumentaire développé par *Visit Gällivare Lapland* s'appuie sur toute la richesse de la région pour promouvoir des produits et des offres touristiques à plus forte valeur ajoutée. Dans ce contexte, la nature des zones périphériques du district est aussi mise en lumière comme un cadre de l'expérience touristique de la Laponie. Une mise en lumière qui bénéficie des labels de qualité qui rendent plus visibles les vastes aires naturelles locales pour les visiteurs : « Parc national » et « site du Patrimoine mondial » sont les indicateurs d'environnements exceptionnels et préservés. Il s'agit d'un atout important pour l'attractivité touristique de la région. Mais selon Anna, l'usage de ce type de labels dans la promotion de la région n'est pas central dans les stratégies développées par la structure pour laquelle elle travaille. Au contraire, ces qualités naturelles et les divers statuts qui visent à les préserver renvoient davantage à un tourisme lié à des pratiques touristiques qui existent depuis longtemps dans la région, et qui sont basées sur l'expérience de la nature avec une grande autonomie. Une forme de développement touristique que Peter Fredman *et al.* (2006 : 24) qualifient d'« écotourisme non institutionnalisé », et qui caractérise ce type de pratiques et d'expériences touristiques des montagnes nordiques.

Mon interlocutrice décrit les touristes qui viennent spécifiquement pour randonner dans les parcs nationaux et les vastes aires naturelles de la périphérie de Gällivare comme des visiteurs souvent

bien équipés et bien informés, qui représentent une faible demande pour la plateforme gérée par *Visit Gällivare Lapland* et ne constituent pas par conséquent une cible privilégiée des stratégies développées par cette structure. Néanmoins, comme on l’a vu en chapitre 7, ce type de tourisme fait l’objet d’un fort attachement et est valorisé par les acteurs en charge de développer le tourisme local, en ce qu’il est traditionnellement lié à l’expérience des vastes aires naturelles des montagnes lapones et renvoie à des valeurs très fortes dans la culture suédoise, en lien avec le *friluftsliv* et l’*Allemansrätt* (cf chapitre 3).

Pour d’autres types de touristes, qui ne viennent pas spécifiquement pour ce type d’expérience de la nature, mais davantage pour découvrir la diversité des richesses de la région, cet atout est du reste important pour présenter la localité. Anna explique ainsi que l’office du tourisme tend à mettre en avant les vastes paysages de montagne de la région dans le contact direct avec les touristes (rencontre et information à l’office de tourisme), notamment à travers les labels de parcs nationaux et du site Unesco qui participent à la valoriser :

“We market the whole area. But then of course if we get some quests for like nature... It’s a lot of questions on the National Park and so. So then we push this thing that we have the Laponia area. But it’s not really used that much in our marketing. Because they are interested in the site. But it’s not really the Laponia area itself that we market.” (Anna, été 2011 à Gällivare)

Elle montre à travers ce témoignage que ces qualités de la région sont mobilisées pour sa présentation aux touristes, sans pour autant que le label Unesco soit pleinement utilisé comme le cadre de cette promotion, même s’il reste indéniablement un atout selon elle. Elle explique par exemple que les acteurs en charge d’accueillir et de renseigner les touristes à l’office du tourisme conseillent souvent aux visiteurs d’emprunter la route de Laponia pour aller voir les montagnes. Il s’agit de la route 93, qui mène au cœur du site, jusqu’à la station touristique de Ritsem. Elle est présentée comme une vitrine qui permet aux touristes non équipés pour la randonnée de faire malgré tout l’expérience des vastes aires naturelles protégées et labellisées, en se rendant en voiture jusqu’à Ritsem, ou à Stora Sjöfallet, qui est un peu moins éloigné des villes. Elle souligne que ce trajet permet de saisir le contraste avec les paysages environnant la ville. On leur conseille de s’arrêter déjeuner à Stora Sjöfallet, et de marcher un peu aux alentours de la station, puis d’aller jusqu’à Ritsem pour voir Áhkká, un massif qui fait face à la station touristique. Cette route qui s’introduit dans Laponia est ainsi perçue positivement pour permettre à ce type de touristes - et pas seulement aux randonneurs qui empruntent les sentiers - de découvrir ces paysages de montagne, et, au final, de contribuer à l’économie touristique des stations de montagne.



Photo 47. Vue sur la montagne d'Áhkká depuis Ritsem, au bout de la route qui mène au cœur de Laponia. Photo: F. Revelin.

1.5. Jokkmokk : un marché et un musée samis au cœur du tourisme culturel de la ville

Jokkmokk est une ville où la majorité de la population est samie. La culture samie est donc beaucoup plus centrale dans l'offre touristique de cette localité qu'elle ne l'est dans la ville de Gällivare. Deux éléments culturels importants marquent la vie touristique de Jokkmokk. Le marché sami qui a lieu chaque hiver (un événement ponctuel régulier) et le Musée des montagnes suédoises et de la culture samie (une structure permanente).

1.5.1. Le marché Sami de Jokkmokk, événement touristique et culturel majeur

- Un événement historique traditionnel, aujourd'hui partagé avec les touristes

Le marché d'hiver de Jokkmokk est un événement annuel majeur qui rythme la vie culturelle de la région. Vieux de 400 ans, ce marché était initialement un moment et un lieu d'échange important entre les communautés samies de la région. Aujourd'hui, il est devenu un événement culturel et touristique majeur qui attire environ 40 000 visiteurs chaque année dans la petite ville de Jokkmokk. Il a lieu au mois de février, dure quatre jours, et constitue un espace d'interactions très fortes entre

les Samis et le tourisme. De nombreuses manifestations culturelles sont organisées pendant le marché, telles que des courses de rennes ou des concerts de *Joik*, chant traditionnel sami.



Photo 48. Marché Sami d'hiver à Jokkmokk, événement culturel et touristique qui rythme la vie de la communauté depuis 400 ans et où se vendent les productions locales, les objets de la vie ordinaire et l'artisanat sami. Photo : F. Revelin.



Photo 49. Course de rennes pendant le marché sami de Jokkmokk de 2011. Lors de cet événement, les Samis portent leurs vêtements traditionnels. Photo : F. Revelin.



Photo 50. Stands tenus par des Samis et des Suédois dans une école samie. On voit que des sacs en cuir typiques de l'artisanat sami sont vendus, à côté d'un stand de bijoux tenu par une suédoise. Photo : F. Revelin.



Photo 51. Stand de vente de produits locaux (viande de rennes séchée, saucisson d'élan, confiture de *hjortron* – baie arctique). Photo : F. Revelin.

- Vente de produits locaux

Le marché est fondamentalement un lieu d'échanges de biens, et donc un débouché important pour les Samis qui vendent leurs productions artisanales et alimentaires (viande de renne et d'élan, poisson fumé ou séché, *etc.*). De nombreux stands sont également aujourd'hui tenus par des non-Samis, qui vendent des produits typiques du nord et des biens plus communs que l'on peut acheter partout en Suède. Le marché est donc à la fois un lieu où s'achètent les objets ordinaires de la vie courante pour les Samis (lasso, couteau, tissus, cuirs, peaux de rennes, vêtements, *etc.*), mais aussi où se vendent des objets plus sophistiqués à destinations des touristes. L'artisanat d'art en est un exemple important : les photos ci-dessous montrent les pièces produites par Jon-Tomas, un jeune éleveur qui fabrique des objets d'artisanat en bois, en os et en cuir durant son temps libre pendant l'année. Il les expose et les vend à des touristes aisés à l'occasion des quatre jours du marché hivernal. Le tourisme lié au marché, appréhendé comme une filière économique, permet à cet éleveur de compléter ses revenus et de valoriser son artisanat.



Photo 52 & 52 bis. Objets d'artisanat d'art réalisés par Jon-Tomas Utsi, un éleveur sami, et vendus durant le marché d'hiver de Jokkmokk. Photo. F. Revelin.

- Une fonction identitaire

Outre le fait qu'il attire de nombreux touristes, le marché est aussi un événement culturel marquant pour les Samis. Un exemple révélateur de son importance est la place du marché dans le rythme de la vie locale : il est souvent utilisé comme un marqueur temporel pour diviser l'année en deux : il y a la période avant le marché - une période d'effervescence où l'on prépare l'événement, un peu comme on prépare en France les fêtes de Noël - et l'après marché. Certains acteurs travaillent à temps complet pour l'organiser d'une année sur l'autre, tel que Per Rogners, chargé de mettre en place le programme des manifestations culturelles. Si le marché a pris une dimension internationale en attirant des visiteurs du monde entier, il est aussi pour les Samis un moment important d'affirmation identitaire (Pettersson, 2004). On le constate à travers la mise en valeur de symboles forts de la culture samie durant l'événement. Pour prendre quelques exemples, des courses de rennes sont organisées, des tentes samies (*Lávvu*) sont mises en place pour accueillir des touristes et leur servir des plats traditionnels, les drapeaux samis flottent dans la ville, l'artisanat sami est présenté et vendu par de nombreux exposants, des concerts de *Jojk* (chant sami) sont organisés chaque soir, et les Samis se saisissent de cette occasion pour porter leurs vêtements traditionnels.



Photo 53. *Lávvu* moderne (type de tente traditionnellement utilisée par les Samis pour leurs transhumances), ici fabriquée en grande dimension pour ouvrir un restaurant durant la période du marché. Photo : F. Revelin.



Photo 54. Chanteuse samie, vêtue des vêtements traditionnels, donnant un concert de *Jojk* durant le marché de Jokkmokk en hiver 2011. Photo : D. Vallot.

- Se vêtir traditionnellement pour le marché : une occasion importante d'affirmer son identité

Alors qu'aujourd'hui une partie de la population samie ne pratique plus l'élevage, et que la langue samie n'est pas toujours parlée au sein de la famille, une jeune samie vivant à Tromsø en Norvège m'explique que se vêtir traditionnellement est un acte important pour affirmer son identité, surtout pour les jeunes pour qui les autres symboles de la culture et du mode de vie se sont affaiblis. Le marché est donc une occasion singulière pour porter les vêtements samis. Durant le marché, un moment est particulièrement attendu : la soirée samie à la *Folkets Hus* (salle des fêtes) de Jokkmokk. Il s'agit en quelque sorte d'un bal où les jeunes de toute la région de Sápmi se rencontrent. Tous portent les vêtements traditionnels, parfois revisités pour l'occasion festive. Peu de non-Samis y participent et ces derniers sont facilement identifiables parce qu'ils sont justement habillés différemment. Elli-Ristin, une jeune samie, me montrait chez elle durant l'été 2011 ses divers vêtements (et accessoires) traditionnels en m'expliquant que pour le marché, il était possible de fabriquer des vêtements un peu plus originaux, tout en suivant les règles et les codes vestimentaires traditionnels les plus importants qui indiquent en particulier à quelle communauté d'éleveurs on appartient. Par exemple, sa *kåltá* (vêtement traditionnel) doit être principalement bleue. Mais pour l'occasion du marché, elle possède aussi une autre *kåltá* plus « moderne », fabriquée avec un tissu

fantaisie. Pour autant, le vêtement et les accessoires respectent dans les grandes lignes les règles vestimentaires de son sameby. Pour elle, c'est important de porter un beau vêtement spécialement pour cette soirée, et lorsqu'elle en crée un nouveau, cela peut lui prendre plusieurs mois pour le confectionner avant le marché. On voit d'autant plus l'importance du vêtement qu'il est fabriqué à la main, et que chaque personne ne possède que peu d'ensembles. Elli-Ristin par exemple n'a que trois *kåltta* en tout - faites sur mesure par elle ou par sa grand-mère - dont une dédiée spécialement à ce type d'événements festifs.

Le marché de Jokkmokk est aujourd'hui devenu un espace mixte, à la fois lieu d'interactions fortes entre Samis et touristes, événement majeur de la vie économique de la petite ville par sa fréquentation exceptionnelle sur quatre jours et par la vente de nombreux biens issus en particulier de la production locale, et événement important de la vie culturelle pour les Samis. Le marché est autant une occasion de mettre en scène la culture samie à travers l'usage de divers symboles lors d'un événement attirant des milliers de visiteurs allochtones, que d'affirmer son identité samie.

1.5.2. Le Musée des montagnes suédoises et de la culture samie



Photo 55. Entrée du musée Ajjte à Jokkmokk. Photo : F. Revelin.

A Jokkmokk, le musée *Ajjte* est une attraction touristique et culturelle importante. Son exposition permanente est tournée vers la présentation de l'histoire naturelle et culturelle de la région. Il s'agit d'une structure importante pour cette ville, qui permet de présenter aux visiteurs la culture et le mode de vie sami dans la région, à travers notamment les savoirs et savoir-faire des Samis sur cet environnement particulier.

L'exposition met donc en scène l'histoire du peuplement de la région par les Samis, l'organisation actuelle de l'élevage, et des objets traditionnels utilisés à diverses époques. C'est un lieu important de la visite touristique de la localité.

Finalement, on constate que ces deux éléments touristiques majeurs de la ville de Jokkmokk présentent dans les deux cas la culture samie dans un cadre particulier. Le musée est une re-création *ex situ* pour présenter la culture samie et la région. Le marché est au contraire un élément important de la vie locale, auquel les touristes sont progressivement venus prendre part pour le transformer en un événement à la fois culturel et touristique. Dans ce contexte, les Samis se sont aussi saisis de la fréquentation touristique de l'événement pour le rendre plus important, et pour mettre en scène leur identité. Il s'agit dans les deux cas de cadres institués pour orienter l'expérience touristique de la région vers une perspective culturelle. Nous allons voir maintenant comment est orchestrée une expérience de la culture samie que l'on pourrait davantage identifier comme *in situ*, c'est-à-dire une rencontre qui aurait lieu sur le terrain, dans la vie quotidienne des Samis qui vivent dans la montagne en saison estivale.

Pour conclure, on constate que les deux districts ont une relation contrastée au tourisme, mettant en avant dans chaque cas leurs spécificités locales. Alors que Gällivare est une ville plus industrielle, elle se présente comme telle sur le marché du tourisme, et fait de l'industrie une richesse de la région qui peut participer à la promouvoir au même titre que ses qualités naturelles. Jokkmokk au contraire, ville samie, orchestre en partie sa vie touristique autour de la culture, qu'elle tente de mettre en avant dans l'expérience de la région.

2. Accueillir les touristes dans la montagne : stratégies, pratiques et représentations contrastées

L'accueil des touristes est un centre névralgique de l'activité de tourisme du point de vue de la localité réceptrice. Je me suis intéressée aux expériences locales de l'accueil des touristes à la fois à travers les structures d'hébergements touristiques dans Laponia, qui configurent largement l'activité, et comme une « mise en scène » de soi par les acteurs locaux qui opèrent cet accueil (Goffman, 1959). Je me concentre ici sur les structures majeures en charge de cet accueil dans l'enceinte et aux abords directs du site, pour m'intéresser dans le chapitre suivant (10) plus spécifiquement au cas des éleveurs qui se tournent vers ce type d'activités - même si j'aborde déjà ici le cas de certains éleveurs à travers le rôle qu'ils jouent dans les structures présentées.

Dans Laponia, les structures d'accueil affichent une certaine homogénéité, en ce qu'elles sont toutes des stations de montagne ou des refuges fonctionnant largement sur la base d'un accueil collectif des touristes pratiquant des activités de pleine nature ou randonnant dans le site. Accueillir les touristes n'est cependant pas l'unique monopole du secteur hôtelier, mais peut renvoyer plus largement à d'autres types d'activités et de structures : les offices de tourisme par exemple jouent aussi ce rôle comme nous avons eu l'occasion de le voir, de même que les aires d'information (il en existe notamment dans Laponia, qui sont des aires routières de repos disposant de panneaux d'informations sur la région), les musées, ou encore les commerces locaux. Parmi cette diversité, je m'attarde plus spécifiquement ici sur les stations de montagne de Laponia qui sont des lieux majeurs d'interactions entre les touristes et des locaux vivant directement du tourisme.

2.1. Cinq stations de montagne comme portes de l'expérience touristique dans Laponia

Les structures touristiques dans Laponia suivent principalement deux grands modèles : la station de montagne et le refuge. Peu nombreuses au vu de l'étendue du site, elles sont distribuées régulièrement dans son enceinte et à ses abords et fonctionnent en interconnexion : elles permettent l'accueil des touristes qui visitent les différentes zones de cette vaste région de montagne, et qui se déplacent principalement d'une structure vers une autre. Il existe trois opérateurs majeurs en charge de leur gestion, que j'ai déjà évoqués plus tôt (cf chapitre 8). D'abord l'association STF, qui possède le quasi monopole de la gestion des structures touristiques dans toute la zone des montagnes suédoises et détient trois des cinq stations étudiées (Saltoluokta, Ritsem et Kvikkjokk – numéros 1, 3 et 5 sur la carte n° 18). La dernière cependant, Kvikkjokk (n°5 sur la carte), fonctionne sur un système de franchise et a été reprise en 2010 par un gérant hôtelier de Stockholm. En dehors du Parc national de Padjelanta, presque tout l'ensemble des refuges de montagnes qui ponctuent les sentiers de randonnée sont gérés par STF. Ceux compris dans Padjelanta, au même titre que la station associée de Staloluokta (n°4 sur la carte 18), sont gérés par l'association samie *Badjelanta Laponia Turism* (BLT). Enfin, l'entreprise privée Stora Sjöfallet AB gère la station de Stora Sjöfallet (n°2 sur la carte). J'ai réalisé des séjours d'immersion dans ces diverses stations pour rencontrer et interroger leurs gérants et leurs personnels, et observer leur fonctionnement et leur vie quotidienne. Notons qu'en dehors de ces structures majeures, il existe quelques locations privées, majoritairement gérées par des Samis. Il s'agit de *stugor* (*stuga* au singulier), c'est-à-dire des petits chalets indépendants en bois. Ils sont mis en location aux deux saisons touristiques. Cette offre se concentre prioritairement près des villages d'été des Samis de la région, qui sont aussi souvent proches des grands sentiers de randonnée. Plus rarement, on trouve aussi sur ce modèle de location privée des *kåta* traditionnelles en tourbe, habitat utilisé par les Samis avant qu'ils ne

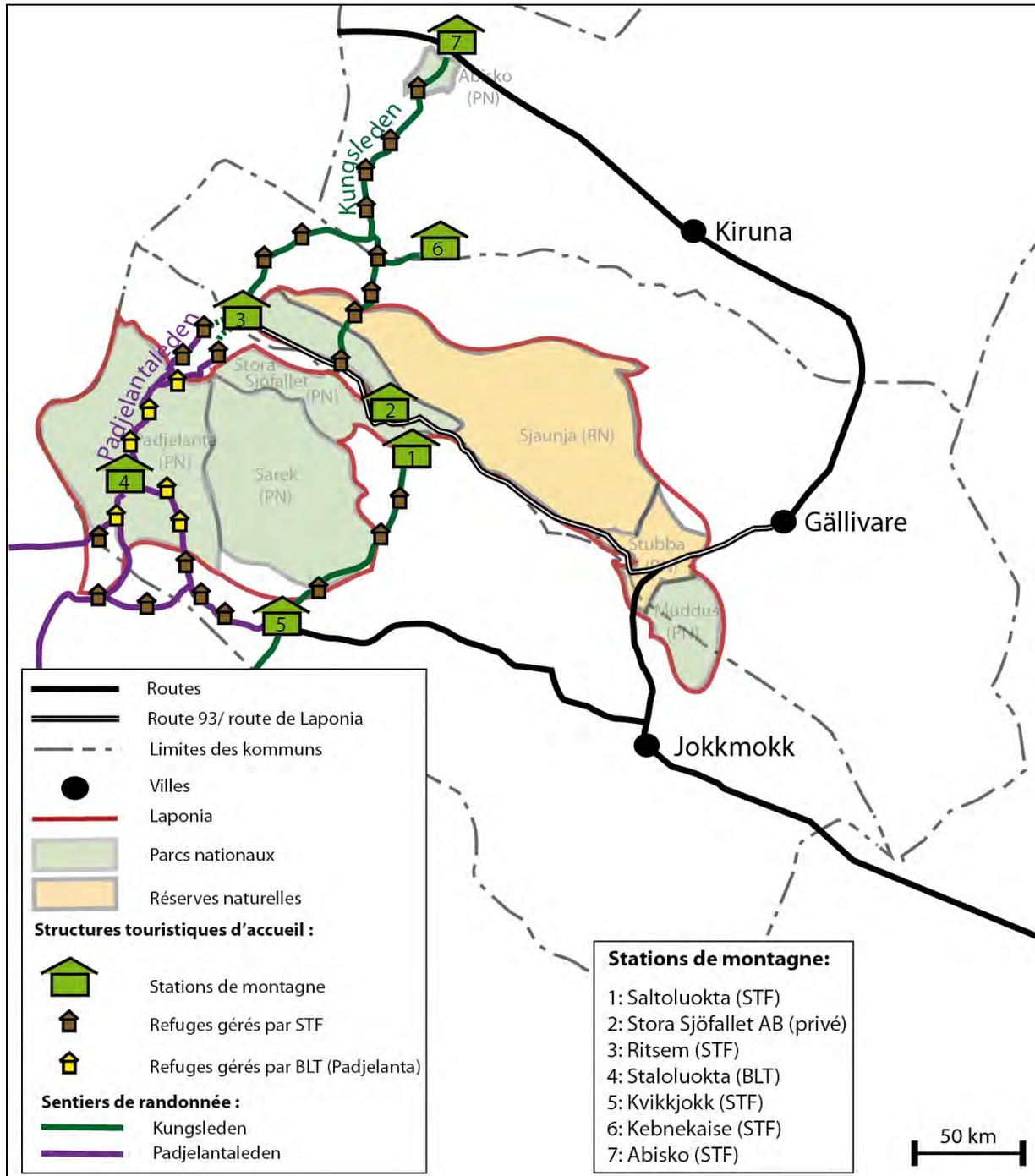
construisent les chalets plus modernes en bois dans lesquels ils vivent aujourd’hui, alors qu’ils utilisent aujourd’hui les *kåta* plutôt comme garde-manger par exemple.



Photo 56. Sur cette photo, on voit côté à côté une *kåta* traditionnelle et une stuga moderne dans le village sami de Saltoluokta, en contrebas de la station touristique du même nom. Photo : F. Revelin.



Photo 57. *Kåta* samie, habitat traditionnel en tourbe, à Pietsjaure. Photo : F. Revelin.



Carte 18. Stations de montagne et sentiers de randonnée de Laponia. Revelin (2013), modifiée d'après Laponia.nu.

2.2. Les stations STF : Saltoluokta, Kvikkjokk et Ritsem

2.2.1. Saltoluokta, un modèle de la culture STF ?



Photo 58 & 58 bis. A gauche, les premières infrastructures de la station de Saltoluokta en 1912. Source : Svenskaturistföreningen år bok. A droite, le bâtiment principal de la station de montagne de Saltoluokta en hiver 2009. Photo : F. Revelin.

Quelques années après la construction pionnière d'une auberge dans le Parc de Stora Sjöfallet, aujourd'hui presque abandonnée, et de la station d'Abisko, qui constitue la porte nord du sentier du Kungsleden (cf carte n°18), la construction de la station de Saltoluokta compte parmi les premières réalisées dans cette zone de montagne, en 1912. Elle est restée l'une des plus importantes de la région. Idéalement située, elle constitue une étape de mi-parcours pour les randonneurs choisissant la portion la plus célèbre du Kungsleden, entre Kvikkjokk et Abisko (10 à 15 jours de marche), ou un point de départ ou d'arrivée pour ceux qui choisissent de ne parcourir qu'une portion (nord ou sud) de cet itinéraire de randonnée et de marcher entre 4 et 8 jours (cf carte n°18). Saltoluokta est aussi une porte d'entrée vers le Parc national voisin de Stora Sjöfallet. Le parc national de Sarek est également facilement accessible depuis ce lieu, par deux voies majeures, nécessitant chacune une marche d'approche : par Pietsjaure (une journée) et par la vallée de Rapa (2 à 3 jours).

Outre cette position carrefour, la station dispose aussi d'une situation idéale d'un point de vue paysager : elle surplombe le lac Langas, entouré de montagnes, et offre un panorama très avantageux sur les paysages environnant la station, en particulier l'été où l'on peut admirer le soleil de minuit. L'ensemble des bâtiments de la station sont orientés de telle sorte qu'ils permettent de bénéficier de cette vue (cf photo 59).



Photo 59. Vue sur le soleil de minuit depuis l'auberge principale de la station de Saltoluokta. Photo : F. Revelin.

Une des particularités de cette station est sa difficulté d'accès, qui lui donne un caractère isolé. Séparée de la route en provenance des villes de Gällivare et de Jokkmokk par un vaste lac au nord, on l'atteint en bateau l'été et à motoneige ou à ski l'hiver. Elle est également accessible par le Kungsleden par le sud à l'issue d'un itinéraire de plusieurs jours depuis la station de Kvikkjokk, elle-même directement desservie par la route.

Cette caractéristique d'isolement attire à Saltoluokta deux grands types de touristes : les randonneurs de passage (y faisant étape), et des séjournants, qui utilisent la station comme une base pour faire de petites randonnées en rayonnant dans la nature environnante, pour pêcher, ou pour se reposer en bénéficiant d'une station qui apparaît comme coupée du monde. Des pratiques que les employés de la station décrivent comme les activités majeures des touristes qu'ils reçoivent :

"It's a very good area for tourists who are maybe older, or have kids, because there are lots of trips they can do in one day, from Saltoluokta. And also, if you are older or have more experience, you can go further, in the mountains. [...] Most of the people I've seen they are coming in family groups, and stay there for one week. The other people, for example who come from Kvikkjokk, or Stora Sjöfallet, or have been in Sarek, and they come to stay here one night or something like that. They stay here for having shower, and use things here, and maybe they come back after 2 weeks. So people that stay here longer tend to be others, like families, older persons..." (Jonas, employé à la station STF de Saltoluokta, été 2008 à Saltoluokta)

"They stay here 3 or 4 nights. That's more people who hike who just stay here for one night. But this is fifty fifty, most people who come here are staying 2 or 3 nights, and they make day trips. And

this is the same in winter. This winter, there were more people who come here on snowmobiles. And they stayed here, and they eat here, and they go to the sauna, and they go with the snowmobiles, so they go for fishing". (Theresa, employée à la station STF de Saltoluokta, été 2008 à Saltoluokta)

- Une station saisonnière fréquentée majoritairement par des Suédois

Comme la plupart des stations de cette région, Saltoluokta est ouverte au public durant deux saisons :

- l'hiver, de mi-février à début mai. Il s'agit plus précisément de la saison d'hiver-printanier (*vårvinter* en suédois), très valorisée par les touristes pour l'enneigement qui favorise les pratiques sportives hivernales (ski de fond et de randonnée, pêche sur glace, motoneige, traîneaux à chiens) tout en bénéficiant du retour de la lumière solaire, absente à cette latitude jusqu'à la fin du mois de février environ.
- et l'été, de mi-juin à mi-septembre. C'est-à-dire de la période s'étendant de *midsommar* (littéralement, le « milieu de l'été »), fête très importante dans la culture scandinave, qui célèbre l'arrivée de l'été et a lieu chaque année autour du 20 juin, jusqu'à l'automne, période où le climat se rafraichit très rapidement et où la durée de la lumière du jour commence à chuter drastiquement. Cette période sans neige, relativement brève, permet aux touristes de pratiquer des activités de plein air telles que la randonnée pédestre, la pêche ou le canoë, durant la saison où la nature lapone explose - devant se reproduire très vite avant le retour du froid.

D'après les statistiques de fréquentation pour les deux saisons de l'année 2008, les Suédois représentent en moyenne 82% des touristes en hiver, et 87,2% en été, confirmant la prédominance d'un tourisme dit domestique selon les catégories des institutions internationales (L'OMT, 2002, définit par « tourisme domestique » les touristes qui voyagent dans leur propre pays), et suivi par une large part de touristes allemands. Sans surprise, la fréquentation de la station s'accroît durant les vacances scolaires : la semaine 10 correspond aux congés d'hiver et les semaines 13 à 15 aux vacances de Pâques, durant lesquelles on observe un pic à 191 touristes, pendant la semaine 14. L'été, les semaines 29 à 34 sont les plus fréquentées, avec plus de 250 touristes par semaine: elles correspondent à la période estivale allant de mi-juillet à mi-août.

- Cultiver une ambiance

Saltoluokta est une grande station à l'échelle de la région et a une capacité d'accueil de 150 personnes, répartie autour plusieurs solutions d'hébergements : dortoirs principalement, chambres privées et appartements indépendants. La station dispose aussi d'un espace pour le camping. Quatre bâtiments en tout sont destinés à l'accueil des touristes dans cette station : l'auberge principale

(photo n° 58 bis) qui comprend la réception, une petite boutique, et des chambres, deux bâtiments comprenant des dortoirs et des appartements, et une « maison de service » (*servishus* en suédois) qui met à disposition de tous les touristes une cuisine, des sanitaires et deux saunas. L'auberge centrale et la maison de service sont au cœur de la vie de la station.

L'auberge, qui est le bâtiment le plus ancien, est aménagée dans un style « authentique », avec une architecture en bois et des cheminées centrales ouvertes. Les salons sont aménagés de fauteuils recouverts de peaux de rennes, qui font face aux feux de cheminées, entretenus en permanence.



Photo 60. Photographie de l'entrée de l'auberge avec la réception et du salon de lecture près de la cheminée. Source : photo utilisée pour la présentation de la station de Saltoluokta sur le site internet : svenskatouristforeningen.se.

L'ambiance est travaillée pour être *mysigt*, un terme suédois qui n'a pas d'équivalent français et qui qualifie une ambiance chaleureuse, se rapprochant de l'idée de *cosy* en anglais. Très valorisée dans la culture suédoise, cette ambiance *mysigt* est soignée en particulier dans les résidences secondaires rurales (*stuga* ou *sommar stuga*) qu'il est très commun de posséder en Suède, et qui sont souvent situées à proximité de forêts ou de lacs. Il est fortement répandu au sein de la population suédoise d'y passer ses vacances en famille. Dans ces petites résidences, l'aménagement intérieur est souvent chaleureux, éclairé d'une lumière douce - souvent par des bougies - et chauffé au bois, une ambiance qui marque un contraste fort avec la rigueur des longs et sombres hivers nordiques. Cette ambiance très valorisée par les Suédois est donc mise en scène dans cette station de montagne, qui crée ainsi un espace s'identifiant à l'idée de repos et de ressourcement des maisons familiales de vacances en nature. L'intérieur de l'auberge est de surcroît rustique et accentue un sentiment de retrait du quotidien urbain et plus moderne des touristes. Plus que sur l'isolement géographique, la station

joue donc sur cette mise en scène pour marquer le retrait dans le calme de la nature et des montagnes. Derrière le comptoir de la réception, une petite boutique de dépannage propose des articles de première nécessité : de la nourriture (des aliments lyophilisés pour que les randonneurs puissent compléter leurs réserves, et des aliments frais, pour qu'ils puissent justement alterner avec leurs repas lyophilisés de randonnée durant leur étape à Saltoluokta), des vêtements et équipements spécialisés pour les activités de montagne, des cartes d'orientation, et divers souvenirs dont quelques objets issus de l'artisanat sami. Hormis l'activité du restaurant, l'auberge est plutôt calme malgré le passage des touristes, les salons étant principalement utilisés pour le repos ou la lecture.

Au contraire, **la maison de service** est un lieu d'effervescence où se rencontrent une grande partie des touristes de la station, qui utilisent la cuisine, les douches et les saunas. La cuisine commune permet en effet aux touristes de confectionner leurs propres repas, ce qui est fréquent pour ceux qui séjournent plusieurs jours en raison notamment des prix élevés du restaurant. Mais ce système de maison de service est aussi une tradition des stations de montagnes suédoises, dont le fonctionnement est très lié à un tourisme autonome qui valorise un service rudimentaire. Il en est de même pour l'hébergement, qui malgré l'offre plus luxueuse de quelques chambres privées, repose surtout sur des dortoirs collectifs. Ainsi, bien qu'elles développent des services de plus en plus diversifiés et sophistiqués, les stations STF, à l'instar de celle de Saltoluokta, entretiennent largement une culture de l'hébergement collectif sur un modèle d'auberges de jeunesse à bas prix. Elles cultivent ainsi la possibilité pour les touristes d'être autonomes tout en disposant d'infrastructures basiques pour rendre cette autonomie plus confortable. L'attachement à cette culture de tourisme de nature est fondamental dans la politique de l'association, et il s'accompagne d'un lien privilégié avec des pratiques et des principes environnementalistes, qui ont historiquement façonné le développement du tourisme dans cette région.

- Un personnel saisonnier recruté à travers toute la suède

Un noyau d'employés permanents (cinq personnes) encadre la majorité des saisonniers embauchés à la station à chaque saison touristique (une dizaine de personnes par saison). Le renouvellement saisonnier présente l'inconvénient de disposer d'un personnel moins spécialiste de la région. STF est en effet une association d'ampleur nationale et recrute son personnel à cette échelle. Il arrive ainsi que ses saisonniers découvrent Saltoluokta en prenant leur poste. Néanmoins, il s'agit souvent de personnes attirées par la région, et qui postulent à cet emploi saisonnier pour profiter d'un été dans le nord.

Les employés sont confrontés à une forte demande en information de la part des touristes, qui veulent par exemple savoir quelle randonnée on peut faire, quel est l'état du sentier, si une

promenade convient aux enfants, s'il y a des dangers à éviter, etc. Les touristes formulent ainsi une demande diversifiée concernant l'environnement de la station, qui constitue le principal attrait de leur expérience touristique. Cette quête d'information est doublée d'une dimension sécurisante, propre à ce milieu qui peut présenter des risques : une fois dans les parcs ou sur les sentiers de randonnées, les touristes sont immergés dans une nature très peu aménagée, sans couverture téléphonique dans la plupart des cas, et exposés à des changements météorologiques qui peuvent être très rapides et auxquels il est parfois difficile de faire face. Si de nombreux randonneurs sont expérimentés, il est des dangers communs autour desquels l'information par les stations est importante. En été par exemple, l'état des sentiers est primordial, si un passage est détérioré (un pont cassé par exemple), cela peut modifier tout l'itinéraire de la randonnée. Dans Sarek, parc national totalement non aménagé, les rivières et les torrents se traversent à pied. Hormis les conditions habituelles de sécurité pour ces traversées dangereuses, les stations fournissent aussi l'information sur l'hydrométrie, en particulier en début de saison ou la fonte des neiges accroît le danger. Ainsi, parmi les employés de la station, les cinq permanents occupent des postes clés d'accueil des touristes pour mieux répondre à ce type de demandes essentielles. Plus expérimentés, ils sont souvent à la réception, telle que Theresa, originaire de Jokkmokk, qui a travaillé à la station durant quatre saisons d'hiver et trois saisons d'été depuis 2004.

On remarque ainsi que dans cette station, se met en scène et s'entretient une sorte de culture touristique de l'association STF, qui valorise l'immersion dans la nature, l'accueil dans des structures modestes marquées par une ambiance très spécifique (*mysigt*), et le ressourcement dans des zones éloignées des aires urbanisées. Les employés de cette station participent de cette mise en scène. Les saisonniers notamment expriment souvent un attachement à travailler dans ce type de structures (les places pour être saisonnier à Saltoluokta par exemple sont très prisées) pour allier leur emploi estival à une dimension agréable, qui correspond à une certaine conception scandinave de la proximité avec la nature. Parmi les saisonniers interviewés, plusieurs d'entre eux avaient notamment suivi une formation de guide en montagne, mais faute de trouver un emploi directement dans ce domaine, ils travaillent en attendant dans les stations. Certains présentent même l'emploi comme une sorte de « vacances payées » contre un travail modeste leur permettant de passer l'été à la station, comme c'est le cas d'un gardien de refuge rencontré à Ritsem. Cette conception s'illustre notamment à travers les salaires des saisonniers, très bas (entre 400 et 500 euros par mois pour un volume horaire hebdomadaire classique de 40 heures), puisque l'association elle-même considère ces emplois comme avantageux pour les saisonniers qui bénéficient de conditions attractives. Les permanents au contraire sont plus fréquemment originaires de la région, et leur poste est sanctionné d'un salaire normal. Ils ont en charge davantage de responsabilités dans les stations et travaillent

aussi sur les aspects logistiques. On dénote donc de la part de ces acteurs une forte motivation pour travailler dans ce type de structures, liée au fait qu'ils se reconnaissent dans la culture de l'association, et expliquant qu'ils participent aussi à la promouvoir et à la mettre en scène.

- Le restaurant, produits locaux et gastronomie locale



Photo 61. Salle de restaurant de la station de Saltoluokta. Photo, F. Revelin.

Le restaurant de la station peut servir jusqu'à cent couverts. Sa salle est fidèle à l'ambiance *mysigt* de l'auberge principale. Des spécialités locales y sont servies : viande de rennes, d'élan, saumon, omble chevalier. Le poisson est acheté à des pêcheurs samis, vivant à Björkuden, un petit village sami à 7 kilomètres de Saltoluokta. Ils pêchent tous les jours et livrent leur poisson à la station deux fois par semaine. La viande de renne est aussi achetée à des producteurs samis, sous forme de viande fraîche, fumée, ou séchée. La gastronomie a construit en partie la réputation de Saltoluokta, comme m'explique Theresa en citant la qualité du restaurant parmi les motivations qui, selon elle, attirent les touristes à Saltoluokta au-delà de l'expérience de la nature et de la montagne :

"Those are motivations to go to the mountain. To experience the nature, so, by hiking, so in summertime. And in winter it's fishing, skiing, outdoor activities, mainly. And a lot of people come here also because we have a good restaurant. So, they come for the food. And they have day trips".
(Theresa, été 2008 à Saltoluokta)

Au départ sceptique sur l'interprétation de la place réelle de cette motivation pour les touristes, j'ai progressivement compris au cours de mes missions de terrain dans l'enceinte du site qu'il s'agissait

d'une question de perspective. En rencontrant en effet de nombreux touristes sur le terrain, dans les refuges, sur les sentiers ou dans d'autres stations, j'observais effectivement qu'une place importante est faite au restaurant de Saltoluokta dans l'image associée à cette station. Elle est l'une des seules dans la montagne à posséder un restaurant, excepté celui de la station de Stora Sjöfallet, mais qui n'est pas directement située sur les itinéraires de randonnées. Ainsi, pour les randonneurs qui se nourrissent principalement de repas lyophilisés durant leur marche, la perspective d'un vrai repas chaud prend une dimension particulière. Certains planifient leur passage par Saltoluokta pour bénéficier de cette « pause gastronomique ». C'est le cas par exemple de Willy, un touriste belge âgé de 74 ans, qui vient régulièrement depuis une trentaine d'années marcher en Laponie l'été. Lors de notre rencontre en 2011, il explique avec passion comment il planifie à chaque fois son itinéraire, pour passer par des endroits qu'il connaît et apprécie. Cet été là, partant de Kvikkjokk, il a marché jusqu'à Saltoluokta pour s'offrir un bon repas au restaurant avant de repartir sur la Padjelantaleden depuis Ritsem pour rejoindre ensuite son point de départ, Kvikkjokk. Soulignant que le repas est onéreux en comparaison du budget prévu pour son séjour, il insiste sur l'idée que c'est un plaisir qu'il a l'habitude de s'offrir pendant sa randonnée, comme une sorte de récompense en échange de l'effort fourni et du temps passé dans la montagne avec un confort très rudimentaire. Son témoignage illustre comment la station a su mettre en avant cet atout pour devenir une étape incontournable.

- Le Label *Nature's best* : des activités écotouristiques ou un argument marketing?

Certaines activités mises en place par la station de Saltoluokta sont labellisées par un organisme suédois, *Nature's Best* (ou *Naturens Bästa* en suédois), qui répertorie les activités touristiques valorisant une éthique environnementale. Inspiré d'un système australien qui labellise des activités jugées écotouristiques, ce label suédois vise à mettre en lumière des activités respectant les six grands principes suivants :



Figure 40. Logo de Nature's best.
Source : www.naturensbasta.se

- « Respecter des contraintes de la destination: minimiser les impacts négatifs sur la nature et la culture locale ».
- « Soutenir l'économie locale ».
- « Rendre toutes les activités soutenables pour l'environnement ».
- « Contribuer activement à la conservation de la nature et de la culture ».
- « Faire la promotion des savoirs, du respect, et de la joie de la découverte ».
- « Avoir un haut niveau de qualité et de sécurité à tous égards ».

Le niveau d'adéquation avec ces principes est évalué selon une grille de critères, qui autorisent ou non la labellisation d'une activité candidate. Le label est payant, son prix étant fonction du chiffre

d'affaire de la compagnie. A Saltoluokta, deux formules, la « semaine des familles » et la « semaine des solitaires », sont labellisées et donc reconnues comme « écotouristiques » par cette institution. Elles organisent respectivement la réception de familles et de personnes seules qui rejoignent un groupe encadré par des guides. Des activités ludiques liées à la visite des environs de la station et à la découverte des paysages locaux avec un guide spécialiste de la région, œuvrent, selon les critères retenus, pour la sensibilisation des touristes à la conservation de la nature et aux spécificités de la culture locale.

L'orientation de la station vers un label de qualité révèle à la fois sa volonté de développer une offre touristique suivant un cahier des charges qui s'inscrit dans une certaine éthique environnementale définie par ce système national, et de valoriser cette offre sur le marché actuel du tourisme. C'est pourquoi ce label, payant, est parfois controversé par ceux qui y voient un nouvel argument marketing pour des structures touristiques plus prospères économiquement, alors que les petites structures peuvent difficilement y prétendre faute d'une rentabilité suffisante. C'est le cas de Nikka, un éleveur sami qui développe parallèlement une activité de tourisme nommée « Sami Safari », et qui est critique vis-à-vis de ce label à la fois onéreux, et dont l'absence ne justifie pas selon lui qu'une activité ne soit pas écologique au sens où ce titre l'entend – une critique qui n'est pas sans faire écho à celles généralement associées à ce type de labels, et évoquées en chapitre 2.

“We don't need a label to prove that we are eco. And this is very expensive to get this kind of label.” (Nikka S., éleveur sami possédant une petite compagnie touristique, été 2008 à Stora Sjöfallet)

- Des formules pour structurer l'activité touristique de la station

La station propose diverses formules à ses clients. On peut réserver une semaine en famille, une semaine de randonnées quotidiennes avec un guide, un week-end gourmet, une excursion à la cascade de Stora Sjöfallet - qui a lieu chaque samedi en été - ou encore une semaine pour participer au festival de musique folklorique organisé chaque année par la station en août (en juin depuis 2012). Ces produits, organisés et encadrés par la station, regroupent plusieurs objectifs. Ils permettent de canaliser et de guider les pratiques et les déplacements des touristes, dans une optique de sensibilisation aux particularités de l'environnement local, à sa richesse et à ses risques. Cela passe notamment par un processus de pédagogie à l'environnement, où les guides mobilisés par la station s'adaptent à leur public (enfants, adultes, connaisseurs, amateurs...) pour enseigner aux mieux les spécificités du milieu. C'est ainsi que Matti H., un guide suédois qui possède sa propre compagnie touristique basée à Jokkmokk (traineaux à chiens et randonnée), travaille également pour

encadrer les formules de la station de Saltoluokta. Fin connaisseur des aires naturelles de la région, il guide des groupes pour leur faire partager son savoir.



Photo 62. Pause café (*fika* en suédois) du groupe de la formule « semaine des solitaires », guidé par Matti, au premier plan à droite, été 2008. Photo : F. Revelin.

Ces formules sont aussi une opportunité économique pour les stations qui peuvent vendre plus de services et de prestations dans ce cadre. On remarque de manière générale que ces produits sont prioritairement tournés vers une approche naturaliste de la région. La dimension culturelle est en effet peu présente, et apparaît davantage autour de la gastronomie suédoise ou de la musique folklorique (les concerts donnés durant le festival alternent des artistes suédois et des artistes samis). La découverte de la culture samie occupe finalement une faible place dans ces initiatives. Cela s'explique notamment par le fait que la station, gérée par STF s'inscrit dans une institution nationale suédoise et l'essentiel de son personnel et de ses gestionnaires sont suédois. De plus, les structures STF valorisent et véhiculent une culture touristique largement imprégnée par la culture scandinave de la vie au grand air et forgée davantage dans une approche naturaliste et savante des régions du nord, que dans celle que peuvent en avoir les Samis, qui les voient avant tout comme une terre d'élevage et leur cadre de vie.

Pour conclure, la station de Saltoluokta incarne de manière exemplaire diverses dimensions valorisées par STF dans son rôle d'acteur du tourisme dans les montagnes suédoises. D'abord, la station, parmi les plus anciennes de la région, met en avant son ancrage historique dans le développement du tourisme dans le nord et dans les montagnes suédoises, fondé sur attachement fort à l'expérience de la nature et des montagnes. On le voit par exemple sur des photos présentées dans la station, comme celle ci-dessous, qui montre des randonneurs suédois lors d'une étape à Saltoluokta dans les années 1950. Les randonneurs y sont équipés de bâtons pour traverser les cours d'eau non aménagés, de leurs bottes pour marcher dans les zones humides, de leurs chapeaux avec moustiquaires pour faire face aux masses de moustiques en été, de leurs cartes topographiques et de leurs sacs à dos. A travers son ambiance particulière - qui caractérise les stations STF de cette région et qui repose sur l'idée du *mysigt* suédois - la station participe finalement à mettre en scène une sorte de culture touristique de STF, ancrée dans les valeurs scandinaves du plein air (*friluftsliv* – voir chapitre 3) et d'une expérience touristique laissant place à l'autonomie des touristes dans la nature, en lien à la coutume suédoise de *l'Allemansrätt*.



Photo 63. Randonneurs devant la station de Saltoluokta dans les années 1950. Source : photo présentée dans la station de Saltoluokta.

2.2.2. Kvikkjokk, témoin d'une culture touristique de l'expérience de la Laponie

Dans le même esprit que la station de Saltoluokta, l'ambiance *mysigt* est aussi cultivée à la station de Kvikkjokk plus au sud, et apparait comme un élément à part entière de l'expérience touristique de la région. C'est ce qu'exprime de manière éclairante le témoignage d'un touriste belge, qui évoque son

attachement à cette ambiance comme un des aspects pour lesquels il vient randonner dans cette région. En échangeant plus tard des courriels dans lesquels il m'envoyait les photos marquantes de son séjour, il écrit le commentaire suivant à propos de ce qu'il voudrait voir conservé dans cette région :

« L'ambiance au refuge, j'aimerais que le système actuel soit conservé. A l'auberge de Kvikkjokk il y a une maison avec chambre et salon. Le salon est déjà un musée en lui-même il faudrait qu'il reste comme cela ». (Willy B., communications par courriel, 2011)

Ce qu'il décrit et illustre à travers les photos ci-dessous, c'est à la fois l'ambiance mysigt évoquée plus tôt et le fait que le fonctionnement des structures STF laisse une grande autonomie aux touristes. En particulier dans les refuges plus rudimentaires, qui ponctuent les sentiers de randonnée entre les stations de montagne, il n'y a ni électricité, ni eau courante, et il faut puiser l'eau dans les rivières et les lacs et se chauffer au bois dans un poêle ancien.



Photo 64. Un salon de la station de Kvikkjokk, admiré par un touriste. Photo : Willy B.



Photo 65. Per, le gardien du refuge de Låddejähka (sentier du Padjelantaleden) rechargeant le seau d'eau potable à un ruisseau naturel, aménagé pour faciliter la récupération de l'eau. Photo : Willy B.



Photo 66. Pièce centrale typique des refuges STF, que les touristes gèrent en autonomie. Le poêle à bois est alimenté par les touristes. Ils doivent également s'alimenter en eau potable en la recueillant dans les rivières grâce aux seaux que l'on voit au-dessus de la case pour le bois, et se débarrasser des eaux usées entreposées dans les seaux au sol. Photo : Willy B.

Ce touriste partage plus en détails son expérience personnelle et son attachement à randonner dans cette région depuis des années. Il décrit que cette expérience lui rappelle son enfance, baignée dans un mode de vie modeste à la campagne :

« Nous habitons dans une petite maison. Le moulin et ses annexes [où travaillait son père] se trouvaient en bordure de la rivière « La Sambre ». Derrière se trouvait un bois dont les hauteurs se situaient à 50m au dessus du niveau de la rivière. En face il y avait une écluse. Nous n'étions pas raccordés au réseau électrique mais on avait l'électricité grâce à une turbine hydraulique. Le premier village se trouvait à plus ou moins 5 km. J'allais à l'école en vélo. Tous mes loisirs je les passais dans le bois et sur l'eau car j'avais une barquette. Des escapades en solitaire ne me faisaient pas peur.

Lors d'une visite chez des amis Danois, ils m'ont invité pour les accompagner en Laponie. J'ai redécouvert dans ce pays les sensations de ma jeunesse lorsque j'étais seul dans la forêt derrière ma maison. Voilà pourquoi je suis si heureux seul dans cet univers ». (Willy B., communications par courriel, 2011)

Pour ce touriste belge, s'immerger dans la nature et être capable de subvenir à ses besoins sans grande aide matérielle caractérise pleinement le tourisme dans cette région. Il s'agit d'un tourisme qu'il perçoit et décrit comme profondément lié à l'activité de randonnée et qu'il ne veut pas voir se transformer par l'importation de davantage de confort et de services modernes, comme il le laisse apparaître dans d'autres échanges où il exprime cette crainte :

« Que le tourisme local reste un tourisme de randonnée ! Je commence à voir des personnes arriver à Staloluokta en hélicoptère avec des valises à roulettes !!!! J'étais à Kvikkjokk à l'auberge et je voyais une femme qui transpirait en voulant peser sa valise. Je lui demande si elle voulait connaître le poids pour son retour en avion. Elle me dit oui mais c'est pour l'hélicoptère. Or le coffre à bagages de l'hélicoptère est très petit et l'on y place difficilement des bagages cubiques ». (Willy B., communications par courriel, 2011)

- La porte sud des deux célèbres sentiers de randonnée

Sur le site Internet de STF qui présente la station de Kvikkjokk, on lit en introduction :

“One of the first tourists here, Carl von Linné, visited Kvikkjokk in 1732 during his trip of Lappland. His poetic botanic descriptions inspired many to come here to one of the mountain world's absolute treasures. Beginning a tour of Sarek from Kvikkjokk is ideal.” (www.svenskaturistforeningen.se, consulté en février 2013)

Comme on l'a vu pour le cas de la station de Saltolukta située à environ quatre jours de marche de celle de Kvikkjokk par le Kungsleden, l'ancrage du tourisme lié aux stations STF dans l'expérience naturaliste de la région est ici présenté de manière très explicite, à travers la référence au célèbre botaniste Linné et à son voyage en Laponie en 1732 (voir chapitre 3). Linné a, selon cet extrait, incité les touristes à venir visiter Kvikkjokk, « l'un des trésors absolus des montagnes du monde ». Depuis cette station, poursuit le message introductif, on accède facilement au Parc national de Sarek, connu

et prisé par les randonneurs pour l'expérience d'une nature presque totalement non aménagée. Comme à Saltoluokta, la station promeut largement un tourisme lié à l'expérience de la nature environnante. Kvikkjokk est également située à une position carrefour, et permet de débiter par le sud une randonnée sur les deux sentiers majeurs de Laponie : le *Kungsleden* et le *Padjantaleden* (voir carte 18). Comme les autres stations STF, celle-ci n'est ouverte que durant la saison estivale et la saison hivernale.

- Rénovation et nouvelles stratégies pour un tourisme à plus forte valeur ajoutée

En 2010, la station a été rachetée sous forme de franchise par un propriétaire suédois de Stockholm, qui possède déjà plusieurs hôtels dans la capitale. Lors de mes enquêtes à Kvikkjokk en été 2010, des travaux de rénovation y étaient entrepris et le propriétaire expliquait alors vouloir améliorer son standing, en gardant toujours une partie de cette structure dans l'esprit STF. Nos échanges informels laissaient apparaître que son intérêt à reprendre la station de Kvikkjokk émanait de sa propre expérience touristique de la région et de son histoire personnelle. Kvikkjokk est un endroit qu'il connaît depuis longtemps, où son père et son grand-père venaient régulièrement pour randonner dans les montagnes. C'est donc un endroit auquel il a un attachement singulier, lié à cette expérience. Il m'explique que quand STF a cédé cette station, l'association cherchait justement un reprenneur pour qui cette dimension affective pour le lieu était importante et qui saurait le gérer en harmonie avec les objectifs et les principes de l'association.

Il expose plus en détails les conditions de son rachat : Kvikkjokk était depuis dix ans en récession continue. C'est pourquoi STF a décidé de vendre la franchise. S'il est en partie libre de relancer son activité selon ses propres stratégies, le nouveau propriétaire a passé un accord avec l'association pour continuer à suivre leur charte, et ainsi rester pleinement intégré au réseau local des stations et des refuges. Selon lui cet accord est bénéfique aux deux parties. Il permet d'un côté de redynamiser la station, tout en conservant et en utilisant de l'autre côté le réseau et l'image de STF. Il compte ainsi améliorer le standing de la station en créant dans bâtiments plus modernes pour attirer une clientèle plus séjournante et ne plus se cantonner uniquement à la fréquentation liée au tourisme de randonnée. Mais une partie de type auberge de jeunesse modeste sera maintenue, à la fois en accord avec STF, et pour répondre à la demande locale des randonneurs qui sont attachés à ce type de service et qu'ils s'attendent à trouver systématiquement quand ils empruntent le *Kungsleden*, tant ce fonctionnement est profondément ancré dans les pratiques. Le but du nouveau gérant pour relancer la station d'un point de vue économique est d'allonger les saisons touristiques et les périodes d'ouverture. En hiver, il existe un tourisme lié à la conduite de loisir de motoneiges. Le développement de cette activité représente un potentiel intéressant à ses yeux car elle renvoie à un

type de touristes enclins à consommer. S'il s'agit d'un tourisme fortement dépendant de la qualité du milieu naturel et attiré par l'expérience des grandes étendues enneigées, il renvoie à des pratiques touristiques qui diffèrent de celles traditionnellement associées à la région. Pourtant, le propriétaire fait apparaître que la rentabilité économique de la station ne peut être optimisée qu'en se tournant davantage vers ces activités. Le problème du tourisme de randonnée est en effet, selon lui, qu'il n'est pas suffisamment lucratif, ou trop peu pour continuer à lui seul à faire vivre la station. Comme on l'a évoqué dans le chapitre 7, il s'agit en effet d'un tourisme très autonome, que la culture locale du tourisme et en particulier l'association STF continue à favoriser, mais qui ne suffit plus à faire prospérer les structures existantes.

- Une habitante du hameau comme employée permanente pour gérer la station

Helena est une suédoise originaire du sud du pays, venue s'installer dans le petit hameau de Kvikkjokk dans les années 1970, hameau qui ne compte en 2010 que 13 habitants permanents. Elle réalise des peintures de paysages naturels locaux, et les expose et les vend dans un local à Kvikkjokk (on peut voir ses œuvres sur demande, car le local n'est pas ouvert en permanence). Depuis la reprise de la station touristique en 2010 par le nouveau propriétaire, elle y travaille comme gérante. Vivant toute l'année dans le hameau, cela permet à la fois à la station de disposer d'une employée constamment disponible sur place (le propriétaire est basé à Stockholm) et d'offrir un emploi pour cette petite localité. Avant de travailler pour STF, Helena avait déjà une activité en relation avec la fréquentation touristique du lieu ; elle s'occupait de louer des chalets dans le village. Cependant, il s'agissait d'un contrat à temps partiel, car ce type de location de chalets en autonomie (loués à des familles par exemple, mais sans services supplémentaires), fait l'objet d'une demande relativement faible et d'un volume horaire de travail restreint.

En tant que nouvelle gérante, elle met également en lumière la nécessité d'une stratégie d'étirement des saisons touristiques pour permettre de faire fonctionner davantage la station. A ses yeux, le plus gros potentiel pour Kvikkjokk est d'exploiter davantage la période hivernale, qui est inévitablement liée à la consommation de services touristiques par les visiteurs, en raison de la rigueur du climat à cette saison. Elle explique que malgré les longues journées d'obscurité à cette saison, la région peut être attirante pour se reposer, pour pratiquer des sports d'hiver en plein air (ski, raquettes, traineaux à chiens, motoneige, pêche sur glace). A cette saison, les paysages sont aussi attractifs pour l'esthétique des lumières hivernales sur la neige, qui oscillent entre des teintes violettes, bleues et rouges, parfois sublimées par les aurores boréales. Des paysages auxquels elle est très sensible pour les représenter également en peinture.

Il ressort de ce processus de redynamisation de la station de Kvikkjokk que cette structure peine de plus en plus à maintenir une économie durable en se basant uniquement sur les activités touristiques traditionnelles, et en particulier sur le tourisme autonome de nature hautement valorisé par l'association STF. Pour faire face à cette tendance, la station, moins fréquentée que celle de Saltolukta, doit donc explorer de nouvelles stratégies en vue d'attirer de nouveaux types de tourisme. Lors de mes enquêtes, la tendance était à se tourner davantage vers le développement du tourisme hivernal, sur le modèle des stratégies déjà en place dans la ville de Kiruna, qui présente un tourisme davantage consommateur et structuré autour de tours organisés. Il semble donc s'opérer un glissement entre des stratégies locales ayant longtemps bénéficié de et favorisé les pratiques touristiques de pleine nature, et caractérisée principalement par un tourisme estival, vers des formes de tourisme plus organisées, encadrées et instituées. Davantage tournées vers la saison hivernale, elles permettent de mieux vendre des produits touristiques, et ainsi de mieux se saisir des retombées économiques de ce flux.

2.2.3. Ritsem, une activité mixte



Photo 67. Bâtiment principal de la station de Ritsem. Photo : F. Revelin.

Ritsem, la troisième et dernière grande station STF dans la zone étudiée, diffère des deux précédentes. Ses infrastructures appartenaient initialement à l'entreprise Vattenfall qui a développé l'exploitation hydroélectrique dans la région, et correspondent moins au style chalet rustique présenté précédemment pour les deux autres cas. Il s'agit au contraire de bâtiments pensés pour

leur unique fonctionnalité. STF a réinvesti dans les années 1970-1980 une partie des infrastructures déployées rapidement au cours du XX^e siècle par les industriels, initialement pour héberger la main d'œuvre en charge de construire les barrages (cf chapitre 5). Transformée en lieu d'accueil pour les touristes, cette station n'entretient pas une ambiance *mysigt* aussi travaillée qu'à Kvikkjokk et à Saltoluokta. Cela s'explique notamment par le fait que la station de Ritsem ne partage pas la même histoire d'une structure pionnière dans le développement du tourisme local. Aujourd'hui, au même titre que les deux autres stations, Ritsem n'est ouverte que durant les deux saisons touristiques (été et hiver).

L'ancienne gardienne d'un refuge voisin (Akkhastuga), une suédoise originaire de Göteborg (sud ouest de la Suède) et passionnée par la région, partage ses souvenirs de ce lieu où elle séjournait étant jeune, pour démarrer des randonnées vers au sud. Elle explique qu'avant d'être une station de tourisme, au sens d'une infrastructure d'accueil pour les touristes, ces derniers s'installaient déjà dans cette zone pour camper lors d'étapes de randonnées, ou pour débiter leurs randonnées en profitant de se rendre jusqu'ici en voiture par la route ouverte par l'entreprise hydroélectrique, et conduisant jusqu'au cœur de la zone montagneuse. On avait donc pour habitude de voir des rangées de tentes installées là en été. Juste au sud de cette zone, elle explique que l'on pouvait, avant son inondation, traverser la vallée qui est aujourd'hui un lac. Les chantiers de Vattenfall pour la construction du barrage ont constitué des travaux de grande ampleur, nécessitant de renforcer la route d'accès jusqu'à Ritsem et d'installer plusieurs dizaines de baraquements pour héberger la main d'œuvre. STF n'a ensuite repris que quatre bâtiments pour édifier une nouvelle station touristique. D'autres sont toujours utilisés par l'entreprise Vattenfall et ceux non utilisés ont été retirés. L'unique route, liée à ces travaux, permet toujours aujourd'hui l'accès direct à Ritsem depuis Gällivare et Jokkmokk, à environ 200 km de ces villes. Elle traverse littéralement le site Laponia, et comme cela a été souligné dans le chapitre précédent, elle est pensée comme un atout pour développer le tourisme dans le site. Deux fois par jour, durant les deux saisons touristiques, un bus relie Gällivare à Ritsem.



Photo 68. Le bus attendant les passagers à la station de Ritsem, pour les conduire vers Gällivare. On voit les divers bâtiments de la station touristique, et les structures encore utilisées par Vattenfall. Photo : F. Revelin.

Mon interlocutrice, qui raconte son expérience chronologique du lieu, attire l'attention sur le fait qu'il s'agit initialement d'une zone utilisée pour camper. Un usage qui perdure ; une grande partie de l'activité de la station de Ritsem consiste en effet à gérer un vaste espace de camping, dont la fréquentation est importante.

Teresa, la gérante de la station en 2011 souligne que le tourisme lié à la fréquentation du camping est très important. Il diffère du tourisme de nature qui se développe en lien avec les deux stations présentées plus tôt. Il s'agit d'un tourisme directement lié aux activités hivernales, et qui renvoie souvent à une fréquentation d'origine locale ou régionale. Durant la saison de *vår-vinter* (hiver-printanier) - très appréciée des Suédois pour le retour de la lumière solaire qui éclaire les paysages encore enneigés et permet de pratiquer de nombreuses activités de plein air - des Suédois originaires de la région au sens large installent leur caravane ou leur camping-car pour toute la durée de la saison (de fin février à début mai environ), et viennent régulièrement y passer leurs week-ends et leurs vacances. De là, ils peuvent rayonner dans les alentours de la station pour faire du ski de fond, de la motoneige, ou pêcher. Ce type de tourisme est directement dépendant de la localisation de la station, facilement accessible par la route tout en étant reculée vers les zones de montagnes, et offrant une ouverture vers l'ouest et vers le nord qui soit en dehors des aires protégées. Cette situation favorise ainsi le développement de l'activité de conduite sportive et de loisir des motoneiges, interdite dans l'enceinte de parc nationaux.

Ainsi, alors que Kvikkjokk et Saltoluokta attirent les touristes principalement parce que les stations constituent des portes sur les aires protégées, Ritsem au contraire attire cette catégorie différente de tourisme parce qu'elle valorise justement son ouverture sur des aires dont l'accès n'est pas réglementé. Néanmoins, la station est aussi une étape privilégiée de l'accès aux Parcs de Padjelanta et de Sarek vers le sud pour le tourisme de randonnée, et au sentier de randonnée du Padjelantaleden qui traverse le parc national de Padjelanta du nord au sud (voir carte 18). Pour cela, les touristes font très fréquemment étape à Ritsem en été pour pouvoir prendre la connexion par bateau qui relie la station à l'autre rive du lac, d'où partent les itinéraires de randonnées vers les parcs.

2.3. Stora Sjöfallet, une station gérée par une entreprise privée

2.3.1. Une station - étape sur la route de Laponia

Stora Sjöfallet est également située sur la route 93 qui traverse Laponia jusqu'à Ritsem (n°2 sur la carte 18). Ce lieu constitue une étape entre les villes de Gällivare et Jokkmokk, et la station plus éloignée de Ritsem. Directement accessible en bus ou en voiture, elle est équipée d'une petite station essence, l'unique de cette longue route. Elle avoisine une plateforme d'hélicoptère appartenant à une compagnie privée, *Fiskflyg*, se situe à environ 1 km en contrebas.



Photo 69. Station d'essence et bâtiment principal de Stora Sjöfallet. Photo : F. Revelin.

Les deux bus qui desservent Stora Sjöfallet sont les mêmes que ceux qui marquent un arrêt à Kebnats (pour se rendre à Saltoluokta par bateau l'été ou par motoneige l'hiver), et à Ritsem. Les horaires des bus sont aménagés de telle sorte qu'ils effectuent leur pause de midi à cette station relativement centrale⁷⁷, pour permettre aux conducteurs de prendre leur déjeuner, tandis que les touristes peuvent visiter la petite boutique ou acheter un en-cas au restaurant. Pour la majorité des passagers, Stora Sjöfallet n'est qu'une simple halte entre Ritsem à l'ouest ou Saltoluokta et Gällivare à l'est. Les touristes qui fréquentent cette station possèdent généralement leur propre véhicule : une voiture, ou un camping car pour ceux qui choisissent ce mode d'hébergement.

La station porte le nom du Parc national dans lequel elle se situe, nom désignant comme je l'ai déjà souligné les cascades anciennement remarquables du lieu. Avec la station de Staloluokta (présentée

⁷⁷ L'un est au départ de Ritsem, l'autre de Gällivare, et les deux bus se croisent à Stora Sjöfallet.

ensuite), elle est la seule à être directement incluse dans le périmètre du site Laponia, alors que les trois autres stations présentées se situent juste à l'extérieur du site.

2.3.2. Un tourisme davantage séjournant

Stora Sjöfallet AB est une entreprise privée indépendante en charge de gérer cette structure touristique. Elle a été créée et est gérée par Inger Junkka depuis le début des années 1980. Contrairement au système saisonnier des autres stations de montagne, Stora Sjöfallet accueillait les touristes de mi-février à fin octobre en continu, jusqu'en 2011, et toute l'année depuis cette date. Le cœur de la station est son restaurant, où des plats typiques de la région sont servis aux touristes et aux locaux de passage. Différents types d'hébergements sont proposés par la structure : des chambres avec cuisine et salle de bain communes (60 lits), trois appartements indépendants pour 4 à 6 personnes, et 70 emplacements pour caravanes ou tentes, avec un bâtiment commun de service abritant une cuisine et des sanitaires. Cette dernière offre renvoie au même type de fréquentation touristique évoquée pour le cas du camping de Ritsem, à savoir un tourisme régional, basé sur l'installation de camping-cars pour toute la durée de la saison d'hiver-printanier. Les infrastructures de la station proposent des hébergements modernes et privés, valorisant un niveau de confort relativement élevé en comparaison avec celles des stations STF, orientées vers des structures plus modestes et collectives. Un sauna, d'accès payant, est aussi mis à disposition des touristes dans un petit chalet séparé. Le bâtiment principal de la station abrite une petite boutique de dépannage qui propose quelques articles de base (de la nourriture, des produits d'hygiène et du tabac) et des produits locaux (de la viande de renne séchée, quelques objets d'artisanat sami, du matériel de pêche, etc.). La boutique se trouve dans le même bâtiment que le restaurant. On y trouve aussi une salle de conférence, et deux petits salons installés près d'une cheminée. Décoré aux couleurs locales, ce vaste espace entièrement rénové en 2009 mélange artisanat sami, design suédois, et animaux de la région naturalisés.



Photo 70. & 72 bis. Boutique d'appoint à la station de Stora Sjöfallet. A gauche, quelques produits alimentaires et friandises de base. A droite, des objets d'artisanat sami. Photo : F. Revelin

2.3.3. Le restaurant comme espace mixte pour les touristes et les locaux



Photo 71 et 71 bis. Panneau à l'entrée et restaurant de Stora Sjöfallet, nommé le restaurant Laponia ; Photo : F. Revelin.

Le restaurant sert des plats à la carte et des plats du jour, toujours composés de produits locaux, tels que de la viande de renne ou d'élan, et du poisson acheté aux pêcheurs samis qui vivent en contrebas de la station. En valorisant ce type de gastronomie, la station alimente une filière de production locale. Les prix raisonnables pratiqués au restaurant, environ 85 SEK (soit 10€) pour un plat du jour, s'expliquent par une fréquentation régulière par les habitants, nuancant un modèle de restaurant exclusivement touristique tel que celui présenté plus tôt de Saltoluokta. Quelques Samis vivant dans cette zone et les employés de *Vattenfall* (l'entreprise d'hydroélectricité) y déjeunent fréquemment. Le restaurant est donc un espace mixte où se côtoient des habitués et des visiteurs occasionnels.

2.3.4. Un personnel local et une activité secondaire pour des Samis

La fréquentation de la station est accrue en été et des saisonniers viennent renforcer les effectifs du personnel permanent entre les mois de juin et de septembre. Les cinq employés réguliers sont des locaux, dont une samie, Ellen, qui fait partie de communauté d'éleveurs locale de Sörkaitum. Le personnel est polyvalent : il gère l'accueil des touristes à la réception, le service dans le restaurant et l'entretien de la station en général. Le recrutement du personnel saisonnier se fait aussi localement, et il s'agit souvent de jeunes étudiants originaires de Gällivare et de Jokkmokk qui viennent travailler pour la saison. De jeunes Samis profitent ainsi parfois ce type d'emploi local, qui permet d'accumuler quelques revenus tout en travaillant dans une zone proche de leur village d'été, où ils peuvent ponctuellement se rendre pour participer aux activités pastorales avec leurs familles. C'est le cas d'Elli-Ristin, une jeune samie de 18 ans qui a travaillé à la station en été 2008. Ses parents sont éleveurs. Elle-même et sa sœur possèdent aussi des rennes et participent aux activités d'élevage pour aider leur père, qui prend soin des rennes de tous les membres de la famille pendant l'année. Lorsque j'ai rencontré pour la première fois Elli-Ristin cet été là, travailler à la station de Stora Sjöfallet lui permettait de rejoindre ponctuellement son père à Sittas (au nord-ouest de Ritsem), où il vit habituellement en été auprès de ses troupeaux. Le trajet pour s'y rendre prend environ 1h30, ce qui est relativement court rapporté aux distances dans la région. Si elle avait dû prendre un emploi saisonnier dans la ville de Gällivare ou de Jokkmokk, il lui aurait fallu environ 2h30 à 3h de trajet en voiture pour se rendre à Sittas.

Son emploi à Stora Sjöfallet lui permettait donc de combiner une activité générant un salaire pour deux mois, et de vivre une partie de l'été avec sa famille. De cette façon, elle a pu cette année-là participer à presque tous les marquages des rennes de sa communauté d'éleveurs, qui sont des moments importants de l'élevage et témoignent de l'implication des Samis dans l'activité du Sameby. Ces événements sont dédiés au marquage des jeunes faons, qui consiste à leur tailler la marque de leur propriétaire dans l'oreille⁷⁸ (cf photo 72), permettant de déterminer à qui appartient chaque nouvel animal né au printemps, dans un troupeau qui vit en semi-liberté dans les montagnes. C'est ainsi que les éleveurs assurent le renouvellement de leur troupeau. Les marquages ont lieu la nuit, c'est-à-dire au moment où le soleil est le plus bas, pour minimiser le stress exercé par la chaleur et la présence de moustiques sur les animaux.

⁷⁸ On détermine la marque du propriétaire de chaque faon en identifiant sa mère. Pour cela, les troupeaux sont regroupés dans des corrals, et les faons suivant naturellement leur mère, les éleveurs attrapent au lasso les petits des femelles dont ils sont propriétaires pour les marquer avec la même marque que la mère.



Photo 72. Un éleveur sami vient de réaliser sa marque dans l'oreille d'un de ses faons lors d'un marquage de rennes à Sittas, été 2008. Photo : F. Revelin.

Pour participer à ces événements, les deux Samies, Ellen, l'employée permanente de la station, et Elli-Ristin, la jeune saisonnière, s'arrangeaient avec les autres membres du personnel et la gérante de la station pour aménager leurs emplois du temps et libérer des plages horaires qui leur permettent d'aller travailler avec les autres éleveurs les nuits de marquages. Ces arrangements ne sont pas toujours évidents, car le marquage est par essence un événement qui se décide au dernier moment, en fonction des conditions météorologiques et des zones où se trouvent les troupeaux de rennes dans la montagne qu'il faut rapatrier vers les corrals installés par les éleveurs pour parquer les rennes le temps du marquage. Ainsi, cet été là, il est arrivé qu'Ellen cumule ses journées de travail à la station de Stora Sjöfallet et des nuits de marquage dans les montagnes. Elli-Ristin profitait de ses jours de congés pour participer à ces activités, alors que sa famille marquait ses rennes lorsqu'elle était absente.

Finalement, pour des Samis ou des Suédois locaux, l'activité touristique de Stora Sjöfallet génère des emplois, des retombées économiques et assure certains services à l'échelle locale (distribution d'essence, restauration, vente de denrées alimentaires). Comparée aux stations gérées par STF et présentées plus tôt, cette station touristique manifeste un ancrage plus local, et remplit à la fois la fonction d'une structure touristique et celle de prestataire de services de proximité. Elle se rapproche néanmoins dans son fonctionnement de celle de Ritsem, gérée par STF, qui est également fréquentée par la population locale des villages samis des alentours.

2.3.5. Un tourisme centré sur la station et ses environs directs

Contrairement à toutes les autres grandes stations de montagne de la région, Stora Sjöfallet n'est pas directement située sur un itinéraire de randonnée, mais au bord de la route 93. En cela, elle est

2.3.6. *Perspective locale versus perspective centralisée du tourisme?*

Inger, la gérante, attire mon attention sur une forme de tension entre le lobby de STF, association d'envergure nationale, et les petites structures touristiques locales telles que la sienne. Elle considère en effet que STF, qui joue un rôle de premier plan dans la gestion du tourisme, pilote le développement de ses services depuis Stockholm et, de cette manière, n'entre pas dans le cadre d'une gestion qui prenne pleinement en compte les dynamiques locales. Elle pointe du doigt l'exemple du recrutement du personnel, à travers le cas du gérant de la station de Saltoluokta, Johan, qui n'est pas originaire du coin, mais vient de la région de Kalix un peu plus au sud. Sa critique se décline pour l'ensemble du personnel, recruté à travers toute la Suède et en particulier dans le sud ; des gens qu'elle accuse « de ne pas vraiment savoir comment on vit ici ». Par conséquent, elle considère que s'ils participent à la vie touristique du site, ils ne participent pas vraiment à la vie locale. Si l'on sent poindre dans cette vision une relation compétitive entre sa station et les stations voisines de la région (relation qui n'est néanmoins pas explicitement reconnue dans les discours, présentant plutôt des relations complémentaires), elle va plus loin en présentant l'idée qu'ici, dans le nord, l'association STF est vue par certains (dont elle) comme un « *kolonistör* », terme fort signifiant « colonisateur ». Une vision déjà évoquée à travers le chapitre 5 et qu'elle explicite en reprenant un exemple français pour s'assurer de la clarté de son propos :

“They have come and colonized our mountains just as the France has colonized the North Africa.”
(Inger J., été 2011 à Gällivare)

Elle illustre son propos par la présentation de différents problèmes posés par cette organisation qu'elle considère hégémonique, et qui freinent selon elle les possibilités de développement et de coopération entre les différentes compagnies de la région. L'exemple du fonctionnement du bus est, selon elle, très éclairant sur cette tension : l'organisation des transports collectifs des touristes dans la région (sur l'axe Gällivare-Ritsem) est gérée par la compagnie publique régionale *Norrlands Trafiken*, en coopération avec l'entreprise locale de *Gällivare Taxi* qui emploie les chauffeurs. Pendant une partie de l'année, en basse saison, il n'y a pas de bus, alors qu'en été, deux bus circulent chaque jour à partir du 20 juin jusqu'à mi-septembre environ. Selon son expérience, Inger constate qu'il y a peu de touristes jusqu'à la fin de la première semaine du mois de juillet. Pourquoi dans ce cas, se demande-t-elle, ne pas garder un seul bus sur cette période et le prolonger plus longtemps sur les saisons, en particulier en septembre où sa station est encore ouverte? Elle insiste sur un autre aspect pour étayer son raisonnement : l'activité de transport est peu rentable et fonctionne plutôt comme un service pour lequel il faut à certaines périodes de l'année injecter des financements pour le maintenir. Le problème sur lequel elle attire l'attention est que ce système est conçu pour correspondre uniquement au fonctionnement des stations STF, et en particulier celle de Saltoluokta

qui attire de nombreux touristes en haute saison. Ainsi, le système des deux bus est mis en place à l'ouverture de cette station et arrêté lorsqu'elle ferme, sans prendre véritablement en compte la desserte des autres stations. Selon elle, ce type de décision en particulier est négocié depuis Stockholm, par des gens qui n'ont pas d'expérience empirique de ce qui se passe dans la région.

Lors de nos échanges sur ce thème, elle évoque un autre exemple caractéristique de ce qu'elle perçoit comme l'imposition d'une vision extérieure dans le développement du tourisme. Il s'agit de l'opposition de STF au développement d'un tourisme lié à l'usage des motoneiges en hiver. Inger explique en effet que dans les conceptions touristiques de l'association, sont valorisées des pratiques de pleine nature basées sur des principes écologiques, tels que le ski et la randonnée pédestre. L'usage des motoneiges est selon elle mal vu dans la « culture STF », car assimilé à des pratiques non écologiques donnant un accès trop aisé à des aires naturelles reculées. Ici, elle fait en particulier référence au tourisme de proximité qui se développe en saison d'hiver-printanier, où les gens de la région installent leurs caravanes dans les campings des montagnes et, à partir de cette base, investissent plus largement les environs en se déplaçant à motoneige. Un tourisme donc qui, selon Inger, existe localement, mais ne correspond pas aux projections de l'association STF.

Au final, on remarque une différence marquante entre cette station privée et les stations STF présentées plus tôt. En présentant l'ancrage local de sa station, Inger pointe en même temps du doigt une différence fondamentale dans les fonctionnements et les rôles joués par ces deux types de structures. Alors que les structures STF reposent sur une volonté nationale de développer l'accès aux montagnes pour faire l'expérience de la nature, tel un dessein patriotique (cf chapitre 3), et qui a au cours de l'histoire participé à forger et mettre en scène une culture suédoise du tourisme de nature, la station privée de Stora Sjöfallet fonctionne davantage sur le modèle d'une entreprise locale, qui appréhende l'activité touristique comme un apport au dynamisme économique local. Cette station se saisit donc davantage du tourisme en s'adaptant à tous les types de demandes qui permettent d'alimenter son fonctionnement. Elle valorise ainsi des activités qui ne sont pas forcément en adéquation avec la vision des acteurs des structures STF d'un tourisme d'immersion dans la nature, basé sur des pratiques non motorisées, c'est-à-dire d'un tourisme écologique véhiculant une conception plus naturaliste de la région.

2.4. Staloluokta et le Padjelantaleden : une gestion reprise par une structure samie

2.4.1. Une activité complémentaire pour des membres des communautés locales d'éleveurs

Dans l'enceinte du Parc national de Padjelanta, établi en 1962, un réseau de structures touristiques (six refuges et une station de montagne, voir carte 18) ponctue le sentier du Padjelantaleden qui traverse le parc du nord au sud. Ces infrastructures appartiennent au *Länsstyrelse*, qui est l'organisation administrative régionale équivalente au Conseil régional en France. Lors de la mise en place du sentier dans les années 1960, à la création du parc, la gestion de ces structures d'accueil des randonneurs a été confiée au *Naturvårdsverket*, l'Agence nationale pour la protection de l'environnement en Suède. Depuis le début des années 2000, cette gestion a été transférée à l'association samie *Laponia Badjelanta Turism* (BLT), créée par les membres des trois communautés locales d'éleveurs (Sirges, Jåhkågasska et Tuorpon) dans le but de répondre à l'appel d'offre qui avait alors été ouvert pour céder cette activité à une entreprise touristique.

Le parc de Padjelanta est pour ces communautés samies le territoire de leurs pâturages estivaux, et de nombreuses familles d'éleveurs y vivent à cette saison. Pour ces habitants, reprendre la gestion des structures touristiques est une opportunité de combiner un emploi saisonnier avec leurs activités traditionnelles. Helena L., éleveuse, travaille avec sa mère pour la gestion des refuges d'Árasluokta. Elle explique qu'il s'agit d'un apport intéressant pour les membres de sa communauté qui souhaitent avoir des revenus complémentaires, car les tâches inhérentes à ce travail ne demandent pas un gros volume horaire, mais davantage d'être présent sur place. Pour les gardiens des refuges, il s'agit de vérifier le bon entretien des *stugor* (chalets où dorment les touristes), dont l'usage se fait en relative autonomie. Leur accès est libre : les structures ne sont pas fermées à clé et les touristes qui préfèrent cette solution d'hébergement à une tente s'y installent librement et paient le soir, au passage de la gardienne. Ils doivent nettoyer eux-mêmes après leur nuitée et la gardienne vérifie simplement que tout soit en ordre. La gardienne gère aussi le brûlage des déchets combustibles, et une petite boutique d'appoint qui propose quelques denrées alimentaires basiques, et qu'elle ouvre sur demande des touristes. Helena souligne que la gestion de la station par les Samis comprend d'autres tâches qui s'effectuent hors saison. En particulier, le transport du matériel nécessaire à ces structures, et l'évacuation des déchets non combustibles accumulés durant la saison touristique estivale. Le transport par hélicoptère étant très onéreux, et de surcroît fonction du poids, les Samis l'effectuent plutôt en hiver, lorsque la zone est plus facilement accessible par motoneige.



Photo 73. Refuges d'Árasluokta, près du village sami du même nom et sur l'itinéraire du Padjelantaleden. Photo : Finn J.



Photo 74. Le drapeau sami flotte à l'entrée du chalet principal où se trouve la petite boutique de dépannage.
Photo : Finn J.

Staloluokta est la station de montagne suivante, juste au sud des refuges d'Árasluokta. De plus grande envergure, elle avoisine aussi un village sami, dont certains habitants travaillent saisonnièrement à station. C'est le cas d'Ann-Charlotte, une jeune samie de la communauté d'éleveurs de Tuorpon, qui passe régulièrement ses étés auprès de sa famille dans leur maison de Staloluokta. Ann-Charlotte possède des rennes, mais l'élevage n'est pas son activité principale. En dehors de la saison d'été, elle travaille dans une garderie pour enfants à Jokkmokk, où elle vit durant la saison hivernale avec sa famille. Cet emploi estival lui permet de compléter ses revenus, tout en

passant l'été dans la montagne, comme elle l'a toujours fait depuis son enfance. Comme pour les refuges d'Árasluokta, le travail à la station de Staloluokta ne prend que quelques heures par jour. Pour cette station plus importante, elle partage les tâches avec une autre personne.

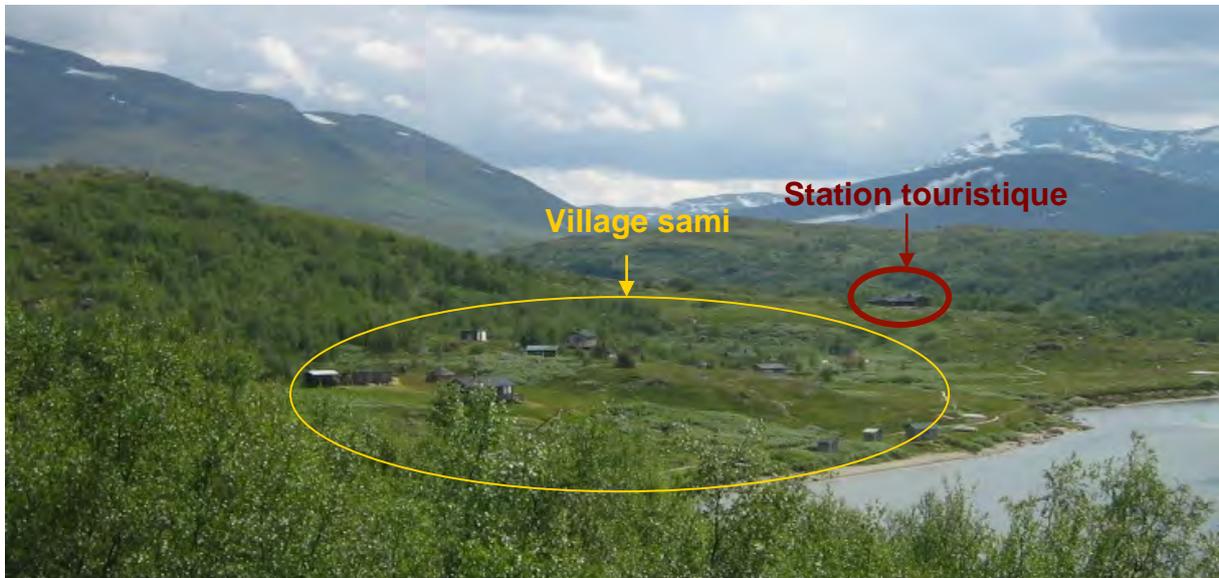


Figure 42. Staloluokta vu depuis les hauteurs : on remarque que la station touristique avoisine le village sami.
Photo : F. Revelin



Photo 75. Bâtiment principal de la station de Staloluokta. Photo : F. Revelin

2.4.2. Un contact direct entre la population samie et les touristes

Cette gestion singulière reprise par les Samis il y a une dizaine d'années dans le parc de Padjelanta met en contact directement la population locale avec les touristes. En cela, on remarque clairement une nuance entre la gestion du Kungsleden par STF, davantage tournée vers l'expérience de la nature, et une gestion plus locale par les Samis, qui fait du Padjelantaleden un sentier plus culturel. Les stations avoisinent souvent des petits villages samis, dans lesquels les touristes peuvent se promener et rencontrer les habitants ; une situation qui existe aussi à quelques endroits près du Kungsleden, mais qui est beaucoup moins fréquente qu'autour du Padjelantaleden. Dans ces villages, comme à Árasluokta ou Staloluokta, on peut directement acheter de la viande de rennes, du poisson ou du pain que certains Samis mettent en vente. Per-Erik, un Sami qui habite Ritsem en été, remarque que cette pratique est aussi ancienne que l'apparition du tourisme, même si selon lui, le contact entre touristes et communautés locales était empreint de méfiance au départ :

“They have been this way since early times. When the tourists started to come here, they were not doing some good for the Sami. The tourists didn't want to have anything to do with them. But now it's more like ‘mmb, hey look, people! Here comes tourists, we're gonna sell some fish for the people who will come the day’, and the tourists were like ‘Oh, do you have any fish to sell?’- ‘Yes, of course!’ And then it started. ‘Why don't you put some cabins near the Sami village?’ It was really good for the Sami who were living there, because they have the nets in the lake, and they take the fish for their own, and the helicopter comes and goes to Stora Sjöfallet with it and they can sell the fish”.(Per-Erik, été 2011 à Ritsem)

Ce court témoignage montre clairement le glissement progressif d'une activité spontanée de vente des produits qui constituent la base de l'économie de subsistance des Samis (poisson, viande et pain principalement), vers une organisation progressive de l'activité touristique pour en tirer davantage de bénéfices, notamment à travers le développement d'infrastructures. Cependant, on a vu que le système de stations et de refuges qui ponctuent le Padjelantaleden a initialement été mis en place par les autorités suédoises (le *Länsstyrelse*, autorité régionale) ; ce, prioritairement dans le but de faciliter et de développer l'accès au Parc national de Padjelanta.

Il faut donc comprendre que ce développement progressif de l'organisation du flux touristique dans le parc n'est pas seulement le fait des Samis, tel que Per-Erik l'explique partiellement, mais renvoie à un développement plus complexe qui implique divers acteurs n'en ayant pas forcément les mêmes visions : les autorités suédoises (pour qui prime l'accès au parc pour les allochtones et le développement du tourisme de nature), et les Samis (qui y voient une opportunité de générer une économie complémentaire aux activités traditionnellement pratiquées dans la région). Néanmoins, on remarque que cette configuration a évolué dans le temps, et que les Samis se sont progressivement impliqués de manière plus centrale dans la gestion du tourisme local, en particulier

en s'organisant pour reprendre la gestion des structures d'accueil du Padjlantaleden au début des années 2000.

Dans ce contexte, l'économie complémentaire basée sur la vente de produits de base a perduré. Mon interlocuteur la présente comme une ressource facile pour les Samis, car il s'agit de vendre une petite partie de leur production de subsistance dans un contexte peu compétitif, puisqu'en dehors des stations de montagnes, il n'y a sur le terrain que très peu de lieux où l'on peut s'approvisionner en nourriture. Les touristes sont donc demandeurs de ce type de produits locaux et prêts à les payer au prix fort, comme l'illustre Per-Erik dans l'improvisation d'un dialogue entre un touriste et une Samie, pour expliquer comment s'est développée cette activité :

“Ok, now you have anything to sell?” – “Yes, we have reindeer meat if you want to buy. But it's really expensive”. - “Oh, no problem. Is it good? Ja, it's really good, for me! And oh, 300 crowns for this small piece? Yeah it's Ok, I have the money...”

[...] “They have money, they are not poor people. Poor people don't walk in the mountains, they go to the ocean”. (Per-Erik, été 2011 à Ritsem)

Une représentation commune du touriste dans cette région, qui émerge de manière récurrente dans les discours de Samis - en particulier lors de mes enquêtes dans le Padjelanta - est l'idée évoquée ici sans retenue par Per-Erik d'un tourisme aisé. Pour lui en effet, les gens qui vont dans la montagne et marchent plusieurs jours en autonomie, voire plusieurs semaines, sont des gens qui ont de l'argent. Il prend des exemples, expliquant qu'il s'agit souvent de médecins de Stockholm ou de biologistes. Cette représentation est notamment basée sur l'idée que ce type de séjour est onéreux, en particulier du point de vue de l'équipement nécessaire pour faire face aux conditions de la montagne en région subarctique et pour être autonome dans la nature. Ce type de touristes permet ainsi aux Samis de réaliser une forte plus-value sur les produits et les services qu'ils leur vendent. C'est le cas par exemple pour les services de connections par bateau : pour se rendre d'Árasluokta à Staloluokta, les touristes peuvent passer par la montagne et marcher 4 heures environ, ou peuvent prendre le bateau et se rendre d'un lieu à l'autre en 30 minutes par le lac Virijaure. Les prix de ce transport ne sont pas fixes, mais ils peuvent atteindre 50 euros par personne, alors que les frais en carburant pour le propriétaire du bateau sont bien moins élevés.



Photo 76. Omble chevalier fumé, pêché par un Sami dans le lac Virijaure, et préparé pour être vendu aux touristes (50sek, soit 6 euros environ). Photo : F. Revelin



Photo 77. Omble chevalier frais, accompagné d'une galette de pain, acheté à des Samis par Willy, touriste belge, durant sa randonnée en 2011. Photo : Willy B.

2.4.3. Une offre locale peu promue

Ce qui caractérise cette offre spontanée de services et de produits à destination des touristes autour du Padjelantaleden, c'est la persistance de son caractère peu institué malgré l'évolution récente vers une prise en charge de l'organisation du tourisme par les Samis. On le remarque à plusieurs niveaux. D'abord du point de vue des activités de ventes de produits et de services rudimentaires que je viens d'évoquer : ces activités restent souvent de l'ordre du marché informel. De plus, il ne s'agit pas d'une offre stable, mais elle dépend au contraire de ce que les Samis produisent chaque jour. La vente de poisson dépend ainsi de la pêche du jour, et du fait que le pêcheur ait eu le temps ou non de fumer le poisson. Il en est de même pour le pain : parfois, les femmes qui le préparent n'ont pas eu le temps de produire un surplus à vendre pour les touristes. Les prix varient également : il n'existe pas de prix affiché, mais chaque vendeur annonce au contraire le prix au moment de vendre son produit.



Photo 78. Cuisson traditionnelle du pain dans une *kåta* samie. Photo : Willy B.

Cette pratique présente donc la particularité d'être difficilement prévisible pour les touristes. Carina, une touriste suédoise qui randonnait l'été 2011 sur le Padjelantaleden entre Kvikkjokk et Ritsem et connaissait la région pour avoir parcouru plusieurs fois cet itinéraire, m'expliquait ainsi que si elle appréciait pouvoir manger du poisson et du pain frais achetés aux Samis durant sa randonnée, elle savait qu'elle ne pouvait pas compter avec certitude sur ces repas. Par expérience en effet, elle sait que parfois, on ne trouve pas ces produits sur Padjelantaleden, en particulier lorsque l'on marche tôt ou tard dans la saison et que les familles d'éleveurs ne sont pas encore, ou plus encore, toutes dans

la montagne. Il faut donc prévoir dans son sac à dos tout le nécessaire alimentaire pour l'ensemble de la randonnée. La seule étape où il soit garanti de trouver des provisions est Staloluokta, la station principale, mais on ne sait pas exactement ce que l'on pourra acheter à la petite boutique.



Photo 79. Panneau indiquant la boutique de Staluolukta, à environ une centaine de mètres de la station touristique. Le panneau indique que l'on peut acheter de la viande de rennes séchée (*torkat renkött*), des galettes de pain (*glödkaka*), et du poisson (*fisk*). Photo : F. Revelin.

Ce point marque une différence majeure entre le Kungsleden, entièrement géré par STF, et le Padjelantalen, géré en partie par cette association samie (dans l'enceinte du Parc national de Padjelanta seulement). Dans l'organisation de STF, il est répertorié en détails ce que l'on va trouver en vente à chaque station ou dans les refuges équipés d'une petite réserve (il s'agit de produits principalement issus de l'industrie alimentaire et transportés sur place pour approvisionner les boutiques). Cela permet aux touristes de préparer finement leur randonnée, en sachant exactement ce qu'ils peuvent trouver sur place et ce qu'ils doivent absolument emporter avec eux. Ce niveau de précision n'existe pas sur le Padjelantaleden, notamment parce qu'il s'agit de productions locales qui dépendent de facteurs variables, et ne peuvent pas être planifiées dans le détail. Le problème soulevé de manière explicite par Carina, est que lorsque l'on entreprend une randonnée de 12 jours dans la montagne, avec des étapes journalières dépassant souvent les 15 km, il est nécessaire d'être assuré d'avoir suffisamment de ressources alimentaires. Par conséquent, les touristes qui parcourent le Padjelantaleden ont souvent une grande autonomie alimentaire et apportent avec eux, depuis leur lieu d'origine, tout le nécessaire pour leur randonnée.

Un autre aspect intéressant par lequel se manifeste un faible niveau d'institutionnalisation du tourisme sur le Padjelantaleden est l'investissement limité de l'association touristique BLT pour se promouvoir. Contrairement à l'ampleur nationale, et même au rayonnement international de l'association STF gérant en particulier le sentier voisin du Kungsleden, la petite structure locale en charge de gérer le Padjelantaleden est peu connue, et organise relativement peu sa promotion. Elle fournit des informations sommaires sur son site internet, et distribue dans la région une brochure diffusant le même contenu. On remarque que cette brochure ne connecte pas complètement le Padjelantaleden avec le réseau d'infrastructures touristiques locales, ce qui peut compliquer la planification de la randonnée pour des touristes qui ne connaissent pas la région :



Välkommen till *Badjelännda* – sveriges största nationalpark och en av våra gamla levande samiska kulturmarker. Genom nationalparken går *Badjeländaleden*, som är lättvandrad även för den som aldrig vandrat i fjällen. Trots detta så låter sig även den vana vandraren imponeras av vidderna.

Längs leden ligger stugor för övernattnig och matlagning.

Stugorna *Gisuris*, *Låddejåhká*, *Árasluokta*, *Stálluokta*, *Stáddájåhká*, *Duottar* och *Darreluoppal* drivs av de lokala fjällsamebyarna.

I dessa stugor är stugvärden oftast från den lokala samebyn, vilket ger en god lokalkänedom och inblick i den samiska kulturen.

I alla stugläger finns följande att köpa; fjällkartor, fiskekort, tyg- och klistermärken, pins, Laponiaboken samt diverse informationsmaterial.

I övrigt gäller följande för respektive stugläger/ sameviste med reservation för slutsålt proviant;

GISURIS

Har normalt¹ öppet från slutet av juni till början av september.

Försäljning se www.padjelanta.com

LÅDDEJÅHKÁ

Har normalt¹ öppet från början av juli till början av september.

Försäljning se www.padjelanta.com

Avstånd² i km: 40/101.

ÁRASLUOKTA

Har normalt¹ öppet från början av juli till början av september. Bröd, fisk, torkat renkött, sameslöjd finns att köpa. Samt båttur på sveriges vackraste sjö Virihávvre. Avstånd² i km: 53/88.

STÁLLOUKTA

Har normalt¹ öppet från slutet av juni till början av september. Bröd, fisk, torkat renkött finns att köpa. I samevistet finns två kiosker med bassortiment. Avstånd² i km: 65/76.

STÁDDÁJÅHKÁ

Har normalt¹ öppet från början av juli till slutet av augusti. Försäljning se www.padjelanta.com

DUOTTAR

Har normalt¹ öppet från början av juli till början av september.

Försäljning se www.padjelanta.com

Avstånd² i km: 84/57.

DARRELUOPPAL

Har normalt¹ öppet från slutet av juni till början av september. Avstånd² i km: 95/46.

Aktuella priser, öppettider, kommunikationer³, försäljning etc. hittar ni på www.padjelanta.com

¹ Vintertid är minst en stuga öppen i varje stugläger med värme och utrustning för övernattningar.

² Till Änonjalme/Kvikkjokk.

³ Till Ritsem och Kvikkjokk. Sommartid går det dagliga flygturer till Stálluokta från Ritsem och Kvikkjokk.

Om stuglägret är obemannat ber vi er använda det framlagda inbetalningskortet eller betala avgiften i nästa stuga.

I annat fall kan du göra en inbetalning på vårt bankgiro 5555-2566. OBS! Mobiltelefoner har ej täckning längs *Badjeländaleden*, men samtliga stugor är utrustade med hjälptelefon!

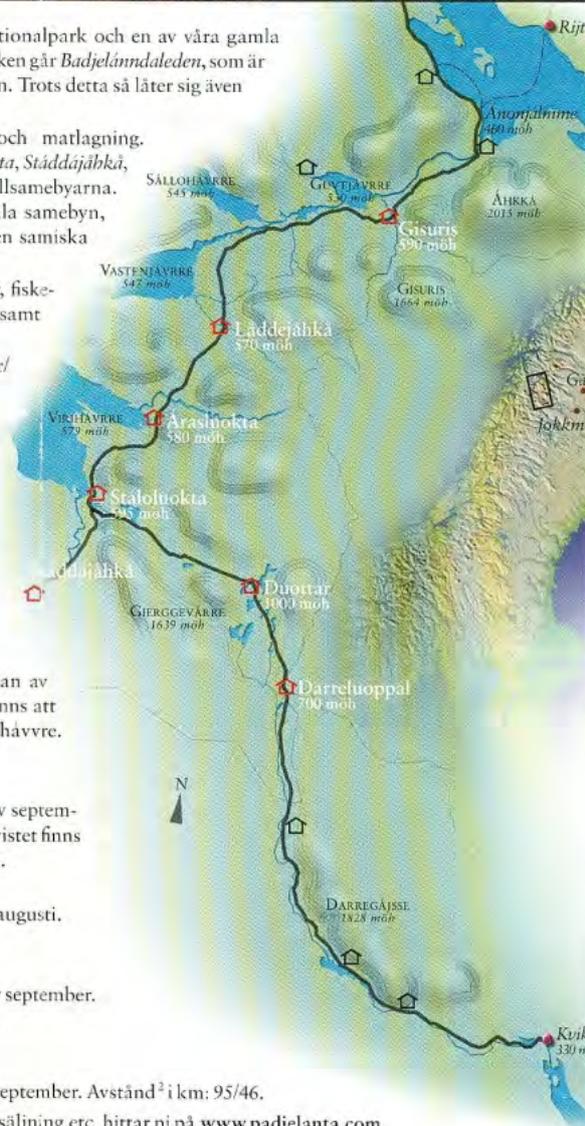


Figure 43. Brochure distribuée par BLT pour diffuser l'information sur le Padjelantaleden et intitulée : « Padjelanta, les hautes terres ». On remarque que les refuges et la station gérées par BLT sont indiqués en rouge, avec l'information associée, alors que les autres refuges, situés en dehors du parc et gérés par STF sont en noir ; leur noms ne sont pas indiqués. Source : brochure distribuée à l'office de tourisme de Jokkmokk, recueillie en 2011.

La brochure présente le Padjelantaleden et le parc de Padjelanta ainsi :

« Bienvenue à Padjelanta, le plus grand parc national de Suède et une terre ancestrale de la culture samie. Le Padjelantaleden traverse le parc national, qui est d'accès facile pour la randonnée, même pour ceux qui n'ont jamais marché dans les montagnes. Il permet néanmoins aux randonneurs de s'émerveiller devant les grandes étendues de nature. Le sentier est ponctué par des refuges qui offrent aussi des provisions alimentaires. Les refuges de Gisuris, Låddejåkhå, Árasluokta, Staloluokta, Staddajåbka, Duottar et Darreluoppal sont gérés par les communautés locales d'éleveurs de rennes des montagnes (sameby). Dans ces refuges, les gardiens sont souvent issus du sameby local, ce qui permet de donner une bonne idée de la culture samie et des connaissances locales. Dans tous les refuges, on peut acheter des cartes topographiques, des cartes de pêche, du ruban adhésif, des pin's et des livrets d'informations ». (Traduction de l'introduction de la brochure par l'auteure)

Suivent des informations générales sur l'ouverture saisonnière des refuges, la plupart de début juillet à début septembre, exceptés Kisuris et la station de Staloluokta, ouverts dès fin juin. Enfin, pour Árasluokta et Staloluokta, il est mentionné que l'on peut acheter du pain, du poisson et du renne séché, et prendre le bateau entre ces deux localités.

Outre cette information, l'association ne développe pas un argumentaire promotionnel de plus large ampleur pour se faire connaître. Cela s'explique par plusieurs facteurs, dont un majeur que sa présidente, Anna-Magrit P., met en lumière : le manque de moyens. Il s'agit en effet d'une petite structure, gérée par les communautés d'éleveurs locales et dont le but est avant tout de bénéficier localement des retombées de la fréquentation touristique de la région du Padjelanta. Les membres qui participent à sa gestion ne sont donc pas des professionnels du tourisme, mais avant tout des éleveurs. Ainsi, le capital de l'association du point de vue des compétences en termes de développement de stratégies de marketing reste limité. Un autre aspect, évoqué cette fois par Helena, qui participe avec sa mère à gérer les refuges voisins d'Árasluokta, est le fait que le niveau de fréquentation touristique tel qu'il existe aujourd'hui est considéré comme satisfaisant par une partie des Samis habitant les villages. Ils ne souhaitent pas que soient déployés davantage d'efforts dans le sens du développement de la fréquentation. Une fréquentation qui est d'ailleurs valorisée par mon interlocutrice à travers sa dimension qualitative, c'est-à-dire à travers l'idée qu'il s'agit justement de touristes plus intéressés par la région. Elle explique en effet que le faible niveau de publicisation et de promotion du Padjelantaleden résulte dans une fréquentation par des touristes plus aguerris et plus sensibles aux spécificités de la région, souvent des personnes qui ont dû explorer au moins une fois Kungaleden avant de découvrir ce sentier voisin. Cet effort pour s'intéresser à une partie moins connue de la région renvoie donc selon elle à l'idée de touristes susceptibles de s'intéresser à - et de respecter- la culture samie. Elle souligne en particulier que certains touristes viennent ici très régulièrement, et il se crée parfois des liens affectifs. C'est le cas par exemple de Jürgen, un touriste allemand que j'ai rencontré à Ritsem. Il vient marcher sur le Padjelantaleden depuis presque 30 ans

et est devenu ami avec la famille d'Helena. Son exemple est singulier, car tous les touristes, même ceux qui viennent régulièrement marcher ici, ne développent pas un rapport aussi singulier à la localité. Mais sa rencontre et son témoignage sont néanmoins très éclairants en ce qu'ils mettent en lumière un type d'expérience touristique susceptible de se développer en rapport avec cette région. C'est pourquoi il apparaît intéressant de présenter ici son portrait, pour faire écho aux propos d'Helena sur sa vision du tourisme local.

2.4.4. Jürgen, portrait d'un touriste passionné par la culture samie et le Padjelanta

Jürgen a commencé à s'intéresser à la Suède il y a environ 30 ans en lisant un magazine. Un article illustré parlait de la nature en Suède. De là est née son envie d'aller marcher dans ce pays pour découvrir ses vastes aires naturelles. Son premier voyage est organisé autour d'une randonnée dans le Jämtland (région située au sud du Norrbotten) avec sa femme. Il décrit cette expérience comme difficile et éprouvante, peu facilitée par un équipement mal adapté : équipés de vieux sacs à dos sans ceinture ventrale, ils ont porté tout le poids de leurs affaires et de leurs vivres à la seule force des épaules. Ils ont également eu très froid, si bien qu'à la fin de cette première expérience, ils décident de ne plus faire de randonnée de leur vie. Pourtant, quelques années plus tard ils se relancent dans l'aventure, achetant un meilleur équipement pour rendre la randonnée plus confortable. Ils commencent à marcher plus au nord, près du Kungsleden. Avec la découverte de la région, de sa nature et de ses conditions difficiles, est apparu chez Jürgen un intérêt grandissant pour la culture samie. Il m'explique qu'à travers cette expérience, il s'est passionné pour la question suivante : comment les hommes font-ils et ont-ils fait pour survivre pendant des millénaires dans cette nature si hostile ? Fasciné par l'idée que les Samis affrontent des hivers extrêmes, dans le froid et l'obscurité de la nuit polaire, et réussissent à produire ce dont ils ont besoin pour survivre principalement pendant la période estivale, il décide de revenir dans la région pour comprendre un tel mode de vie en rencontrant des Samis. Il trouve dans le Padjelanta un terrain idéal pour cette expérience. En tout, il est venu une quinzaine de fois dans la région depuis 30 ans, pendant des séjours assez longs (trois semaines à un mois environ) et pendant lesquels il randonne à la fois avec sa femme (qui n'est pas toujours venue avec lui), et passe du temps dans les villages samis. Il a aussi participé trois fois au marché de Jokkmokk en hiver, mais il valorise peu cette expérience, soulignant que tout est très cher, car le but est selon lui de faire un maximum d'argent en un minimum de temps ; il préfère venir passer du temps dans les villages en été, en particulier à Árasluokta où il a des amis. Depuis ses premiers voyages, il étudie le suédois afin de pouvoir parler avec les Samis. Il connaît aussi quelques mots de sami. Chez lui en Allemagne, il a beaucoup lu sur la culture, mais il insiste sur le fait que c'est par l'expérience qu'il a le plus appris.

Depuis 30 ans, il photographie la région et réalise des enregistrements vidéo et audio. Passionné de photographie, il possède un appareil qui permet de prendre des photos en 3D grâce à deux objectifs. Cette passion pour la région lui a valu un article dans la revue *Turist* (publiée par STF) en 1998 où on le voit avec son appareil à double objectif.



Figure 44. Jürgen et son appareil à double objectif, article paru dans le revue *Turist*, 1998.

J'ai rencontré Jürgen le soir du 1^{er} juillet 2011 à la station de Ritsem et il repartait directement le lendemain, en hélicoptère, pour Staloluokta. Il n'aime pas vraiment prendre l'hélicoptère, une pratique qu'il décrit comme contraire à ses principes. Mais en préparant son voyage, alors qu'il était encore en Allemagne, il a parlé au téléphone avec Rikard L., qui est le chef du Sameby de Jåhkågasska (et le frère d'Helena), et avec qui il est devenu progressivement ami au cours de ses séjours répétés. Ce dernier lui a dit que les rennes étaient assez proches dans la montagne et que le marquage allait très probablement avoir bientôt lieu, peut-être dans la nuit du 2 au 3 juillet, ou la suivante. Jürgen souhaite donc rejoindre Árasluokta au plus vite, pour être sûr de ne pas rater le marquage. Pour cela, le meilleur moyen pour lui est de voler jusqu'à Staloluokta et de marcher ensuite une journée jusqu'à Árasluokta. Il est assez anxieux, car il transporte un gros sac qui pèse environ 25 kg, donc il ne peut pas marcher vite. Il préfère arriver un peu en avance, quitte à attendre et à se reposer plutôt que de devoir se hâter, ou pire, de rater ce marquage. Cependant, il explique que rien n'est jamais sûr : peut-être que le marquage sera finalement repoussé, peut-être même de plusieurs semaines. Cela

dépend à la fois du temps (des conditions météorologiques) et de l'endroit où sont les rennes. C'est pourquoi il a prévu un séjour d'une vingtaine de jours au cas où, pour être sûr d'y assister. Il transporte donc avec lui de quoi manger pendant ces 20 jours, pour être prêt à attendre cet événement. Il a déjà assisté à des marquages plusieurs fois lors de ses précédents séjours. Cet été là, il tient à y assister de nouveau, pour pouvoir prendre de meilleures photos, car celles qu'il a prises la dernière fois sont sombres.

Ses divers séjours ont permis à ce touriste de vivre ponctuellement avec des Samis, et notamment de se lier d'amitié avec la famille d'Helena et de Rikard et de mieux comprendre comment ils survivent dans cet environnement. Ce personnage incarne ainsi un glissement intéressant entre un intérêt initialement tourné vers la découverte de la nature de cette région, stimulé par un imaginaire largement promu de vastes aires naturelles de la région comme un wilderness, vers un intérêt progressif pour la culture locale, qui est aujourd'hui devenue sa motivation principale pour voyager dans la région du Padjelanta. Par son intérêt pour comprendre le rapport des Samis à cet environnement, Jürgen a également développé un lien très spécifique à la région qui passe largement par la création de liens sociaux avec les populations locales. Ainsi, lorsqu'il me raconte son expérience et son enthousiasme pour voler le lendemain vers Staloluokta, si participer au marquage est certes une motivation très forte pour ce voyage, on comprend aussi que ce n'est pas tant le Padjelanta qu'il vient voir, que ceux qu'il décrit comme ses amis et à qui il vient rendre visite.

A travers l'expérience de Jürgen, on comprend que cette région située à l'ouest du site Laponia ouvre des possibles pour un type de tourisme très spécifique, caractérisé par des voyageurs curieux de comprendre cet environnement à travers l'expérience de ses habitants. L'absence de publicité, telle qu'évoquée plus tôt favorise ce type de démarche très volontaire, fondée sur un intérêt profond pour la région, et en même temps, fait apparaître une limite évidente : il s'agit d'une démarche touristique relativement marginale, qui est davantage soumise à l'initiative des touristes eux-mêmes qu'organisée par les Samis.

*

* *

Conclusion

L'organisation locale du tourisme dans Laponia révèle que cette activité n'est pas tant promue et organisée dans le cadre de la labellisation du site comme Patrimoine mondial, que dans la continuité des configurations, des pratiques et des représentations qui ont orchestré son développement au cours de l'histoire. Ce chapitre permet de faire apparaître deux types de dynamiques importantes et interconnectées, actrices de l'organisation du tourisme dans cette région: celles liées aux structures chargées de promouvoir la région comme destination de tourisme, et celles qui relèvent de l'organisation concrète de l'activité sur le terrain, par les acteurs locaux impliqués au plus près dans l'accueil des touristes au sein des montagnes de Laponia.

En étudiant les structures chargées de promouvoir la région, on remarque que les localités cherchent à mettre en lumière la diversité des richesses locales pour attirer les touristes vers des structures et des produits à forte valeur ajoutée, et davantage centralisés vers les villes où se concentre le dynamisme de la région. On remarque également que les deux districts de Gällivare et de Jokkmokk ne valorisent pas la même approche de la région dans leurs systèmes de promotion, mais insistent au contraire sur leurs singularités. Si on a vu en détails que Gällivare assume et promeut son image de ville industrielle entourée de vastes aires naturelles, Jokkmokk au contraire se présente comme une ville de culture et valorise le lien profond des Samis à la région. Regarder de plus près les pratiques et les stratégies des acteurs gérant les stations de tourisme dans la montagne, qui sont des lieux majeurs de l'activité et de la distribution du tourisme dans cette région, permet aussi de mettre en contraste des dynamiques variées, qui reposent sur des conceptions différentes à la fois du phénomène touristique et du rapport aux touristes. STF a joué un rôle majeur dans le développement et la valorisation d'un tourisme profondément lié à des pratiques de pleine nature et à l'accès aux vastes aires naturelles. Au contraire, l'association samie qui gère le Padjelanleden est le résultat d'une volonté des éleveurs samis de se saisir progressivement de la gestion d'une activité venant partager des terres qu'ils utilisent traditionnellement. Dans ce contexte, il apparaît qu'ils ne cherchent pas tant à développer le tourisme, mais plutôt à mieux le maîtriser, c'est-à-dire à mettre en adéquation cet usage de leur région -pour l'expérience touristique- avec leurs propres usages. Cela passe notamment par le fait de bénéficier des ressources locales du tourisme comme une économie complémentaire. Enfin, la station privée de Stora Sjöfallet fonctionne davantage comme une entreprise locale, qui s'attache à offrir des services aux personnes présentes dans la région, que ce soit parce qu'ils y vivent ou parce qu'ils la visitent. Ainsi, cette structure considère plutôt le tourisme comme pourvoyeur d'un dynamisme économique. On constate dans ce dernier cas que

l'activité touristique permet de maintenir le dynamisme de la station, et donc par répercussion de maintenir son activité de service de proximité pour les locaux.

Chapitre 10

Combiner agro-pastoralisme et tourisme

Comment les éleveurs s’emparent-ils de l’activité touristique qui se développe dans les régions qu’ils utilisent pour l’élevage ? Ce dernier chapitre propose de nous plonger plus spécifiquement dans l’expérience du phénomène touristique telle qu’elle est vécue par les éleveurs locaux des deux sites, c’est-à-dire par les acteurs qui incarnent un ancrage au territoire mis en lumière par la labellisation Unesco. Je m’intéresse ici aux différents types d’engagements vers l’activité touristique pour ces acteurs qui vivent prioritairement de l’élevage, en explorant leurs pratiques, leurs rapports aux touristes, les représentations qu’ils ont du phénomène touristique et la manière dont ils mettent en scène leur quotidien et leur identité dans ce contexte.

La description de l’organisation locale du tourisme dans le site Laponia, qui a fait l’objet du chapitre précédent, permet ici de poursuivre la réflexion en nous recentrant sur l’expérience des éleveurs samis, pour lesquels j’ai déjà présenté certaines formes d’implication dans la gestion locale du tourisme. Je me suis arrêtée sur le rôle des communautés d’éleveurs des montagnes du Padjelanta, qui s’impliquent dans la gestion de l’activité touristique dans l’enceinte de ce parc, c’est-à-dire sur les territoires de leurs pâturages estivaux où ils vivent durant la saison touristique principale (de fin juin à début septembre) pour prendre soin de leurs troupeaux de rennes. On a vu également le cas de jeunes femmes samies qui prennent un emploi saisonnier dans la station touristique de Stora Sjöfallet, pour bénéficier des revenus de cette activité tout en travaillant dans une localité qui leur permet d’accéder facilement à leur village d’été, et où elles peuvent ponctuellement se rendre pour participer aux activités d’élevage avec leurs familles. Cette mise en contexte m’amène à poursuivre l’analyse du cas de Laponia à travers les diverses expériences des éleveurs samis, sans perdre de vue la perspective comparative, en m’appuyant également sur l’expérience des éleveurs pyrénéens, ce, afin de mieux comprendre quelles dynamiques caractérisent la combinaison entre agro-pastoralisme et tourisme.

1. Mobiliser la rencontre avec les touristes comme une arène ouverte sur le monde

A travers la présentation du mode de vie des Samis en chapitre 5, on a vu combien la combinaison d’activités diverses (élevage, chasse, pêche, cueillette, artisanat) et les savoirs et savoir-faire sur l’environnement ont permis aux Samis de survivre dans les climats extrêmes des latitudes nordiques

(longs hivers sombres et étés très courts) et de s'adapter à ce milieu pour répondre à leurs besoins. Ils ont en effet une connaissance très fine des variations saisonnières et de leurs impacts sur les ressources naturelles. Clé de voûte de la culture samie, ce mode de vie fait d'adaptation s'incarne aujourd'hui dans une diversification des activités pour faire face aux changements variés qui affectent les Samis : économiques, territoriaux, socioculturels, mais aussi climatiques, plus marqués en région subarctique. Parmi ces activités nouvelles, le tourisme apparaît comme une ressource potentielle pour dynamiser leurs revenus – d'après les exemples exposés dans le chapitre précédent - et notamment pour compléter l'activité d'élevage qui ne permet plus aujourd'hui à elle seule, ou très difficilement, de faire vivre une famille.

Mais plus que cette dimension économique, se tourner vers le tourisme revêt aussi une autre fonction pour ceux que j'ai pu rencontrer : choisir ce type d'activité renvoie aussi à l'idée de se saisir d'une arène ouverte sur le monde pour présenter sa culture, pour accueillir soi-même le visiteur sur ses terres, et ainsi affirmer son identité en mettant en valeur son lien aux terres ancestrales et aux savoirs liés à cet environnement. Il s'agit là d'une vision que l'on a vu apparaître au cours du chapitre 7, dans l'analyse des discours et des positions des Samis vis-à-vis de la labellisation de Laponia et des questions liées au développement du tourisme. Le tourisme est ainsi considéré comme un *medium* pour attirer l'attention sur des problématiques auxquelles les Samis font aujourd'hui face, telles que la défense des droits autochtones, les difficultés de moderniser et de maintenir l'élevage de rennes dans le contexte du morcellement des territoires lié aux menaces qui pèsent sur les pâturages.

Devenir guide sami est sans doute la forme la plus caractéristique et engagée de cette démarche. C'est ce que laisse apparaître de manière très éclairante le témoignage de Per-Erik, déjà évoqué dans le chapitre 5, expliquant qu'il a récemment choisi de se tourner vers cette activité, en plus de son travail d'éleveur, pour présenter sa région aux touristes. C'est une occasion pour lui de les amener à voir à travers son point de vue les difficultés auxquelles les Samis qui vivent ici se confrontent, et qui érodent progressivement leur culture. Une idée qu'il illustre à travers la métaphore d'un fruit grignoté par l'industrie, et qu'il me semble intéressant de rappeler ici en reprenant un extrait plus étendu de notre entretien. Dans cet extrait en effet, on comprend comment Per-Erik articule cette dimension engagée, liée à la défense de ses terres et de sa culture, avec l'idée de se tourner vers le tourisme comme une activité secondaire qui permet de rendre les touristes témoins des difficultés auxquelles les Samis font aujourd'hui face :

"If you look how it was from fifty years ago until today, it was many big differences. We have the snowmobiles, we have the motorcycles, we have the computers, we have the telephones, we have so many things that came in fifty years. And for the fifty years to come, what's going to happen in these fifty years? And in a hundred years, I don't know, I'm afraid that it's gonna be really difficult to make

the herding. Because we have big conflicts with the forest company and the power crafts, and it's taking small pieces of our fruit all the time. And I don't think, we're going to survive this so long. Because they're eating fruit and coming into the middle, and then it will kill us. Because if they take the middle and eat small pieces, and we have it like this [smaller], maybe like this [even smaller], it will kill the way we live and all the culture... And ja, there's nothing to do about it. So we have to put on one way to work politically without being political, to take tourists here, to show them the nature, to get them to tell us: 'oh it's wonderful, here we want to be, I want to tell my neighbours and everybody that they have to come here and meet you' and that kind of thing. Then we're gonna make opinion in the world that 'oh no, this, we say the Indians in America they have had really tough times' - 'but the Sami people [too]'... But it's coming a day when we have to stop to do what is closest [easiest] for us ... if you see it like that. So that's why I want to start a tourist company and make it". (Per-Erik, été 2011 à Ritsem)

Selon cet éleveur, ce qui est important dans le fait de devenir guide pour les touristes n'est pas tant de prendre une activité secondaire pour compléter ses revenus liés à l'élevage - une situation qu'il décrit comme relativement commune pour les éleveurs, et même nécessaire, pour faire face aux transformations et à la modernisation qui affectent aujourd'hui l'élevage - mais plutôt de faire le choix d'une activité secondaire qui œuvre positivement pour le maintien de l'élevage et du mode de vie sami :

"It's not that that I'm very for this thing [developing a tourist company] but I see it as important for us as Sami people, we have to be in the... We have to start something about the tourism for the future, I think. And it's necessary to us because the reindeer herding is not like it has been before, in the natural way that we lived with the nature and we eat from the nature and everything. And now, in these times, we need money, and that is a good way for this. [...] I think my idea is not to make a lot of money at the end. My idea is even to sell something to people so that they can give us some help just to make more work to survive. That's my way of thinking". (Op. cit)

1.1. Un tourisme de petite échelle basé sur la découverte des savoirs locaux

Lorsque je rencontre Per-Erik en 2011 et qu'il me présente l'activité de guide qu'il développe alors, il n'en est qu'aux prémices de ce projet. Un projet qu'il a débuté l'année précédente, en 2010, et qu'il envisage d'adapter en fonction des groupes qu'il recevra, en s'appuyant sur l'expérience. Mais il me fait part, à ce stade, d'une vision idéale du développement de l'activité touristique. L'offre qu'il propose renvoie prioritairement à l'idée d'un tourisme de petite échelle, par petits groupes. Pour lui, cette échelle restreinte est importante pour accompagner les touristes en montagne, car elle permet de développer un lien privilégié avec eux, essentiel à ses yeux pour leur faire découvrir la nature locale à travers sa vision et ses savoirs sur un environnement qu'il connaît par son expérience d'éleveur de rennes.

"I don't think this kind of tourist work, or guiding, it's not for big groups. It's for smaller groups and you get intimate contact with the group, and we can tell them many things about... For the first you have to get things that is to live for the nature, and the important thing is that we have lived for the nature. And it's really difficult for people who come from other economies and industries and

farming and ... to just live on the nature, even if they have been doing that too in the history. And you need enough time to live on the nature, it's not a big percentage of people that live on the nature. But we [the Sami] have to think of the nature, and we have the way, we have lot of the thinking which is necessary to live on the nature... And I think it's really necessary to do something with the tourists for the Sami people". (Per-Erik, été 2011 à Ritsem)

A travers ce discours réflexif, il met en parallèle sa propre expérience du milieu, en tant que Sami, et celle des touristes, souvent issus de milieux urbains où l'on ne vit plus directement à travers une connaissance fine de son environnement. Il met ainsi en parallèle des rapports très différents à la nature et les présente comme ce qui constitue la richesse et l'originalité de l'expérience touristique qu'il peut proposer. Il décrit ainsi comment ses savoirs lui permettent d'organiser des sorties singulières en montagne avec les touristes :

"We [the Sami] know the lakes here, and we know how to do things here. But I think we have to show our knowledge... yes, it's the ground for all these things. That's just to walk, and then, what it is here, and maybe to see what we have in the nature, show them. That's my idea about thinking of tourism.[...]

We're not going to show them a movie, but we're gonna show them the way to live and the way to act in nature, and how to walk in the nature. And that's many things. And it's not easy to explain, because it's not my language for example. So really, it's an important thing from my heart and my soul. It [my knowledge] should be my secret, but I don't want to have it as a secret, I want to show people how [I do things]". (Per-Erik, été 2011 à Ritsem)

Per-Erik voit son expérience de la région, en tant que Sami, comme lui permettant de développer une approche particulière de l'activité de guide, pour partager ses savoirs avec les touristes et leur montrer comment les Samis vivent encore aujourd'hui en lien très étroit avec leur environnement. Cette approche est souvent le fondement majeur de l'activité de guide proposée par quelques Samis dans la région. C'est le cas par exemple de Laïla, qui vit à Saltoluokta en été, et qui développe ce type d'excursions guidées depuis plus de quinze ans. Dans ce cadre, elle met en avant ses savoirs sur son environnement comme une dimension essentielle de l'accompagnement des touristes dans la découverte de sa région.

Laïla accueille chaque été des touristes en petits groupes (deux à cinq personnes environ), dans sa maison d'été située près des pâturages estivaux des troupeaux de rennes de la communauté d'éleveurs à laquelle son mari et elle-même appartiennent, *Sirges*. Elle explique qu'elle a choisi cette activité tant pour en vivre - pour compléter ses revenus - que pour transmettre ses savoirs et savoir-faire sur son environnement. Un héritage qui lui a été transmis par son père et qu'elle a choisi de partager plus largement, et en particulier avec des touristes, après avoir eu un grave accident de voiture. Suite à cet événement dramatique, elle a pris conscience, lors de sa rémission, d'une volonté

de transmettre des savoirs qu'elle présente comme propres à la culture samie, et dont elle redoute une érosion progressive dans le futur. C'est donc à travers l'idée de cette transmission des savoirs pour continuer à les faire vivre qu'elle s'est lancée dans une activité d'accueil et d'accompagnement des touristes dans la région. L'activité qu'elle développe diffère de celle de Per-Erik, en ce qu'elle reçoit directement les touristes chez elle et partage avec eux son quotidien le temps de leur séjour. L'expérience va donc plus loin que le fait de guider des randonnées dans la nature : elle vit avec les touristes – ou plutôt, ces derniers vivent avec elle. Elle se présente ainsi à eux à travers sa vie quotidienne et ses usages ordinaires de son environnement. La première photo ci-dessous a été prise lors d'une sortie en forêt durant laquelle Laïla conduit ses visiteurs dans les environs de son village d'été, où elle récolte habituellement des plantes alimentaires ou médicinales. Elle décrit au cours de la sortie comment elle utilise les différentes espèces, ici par exemple, comment on prélève traditionnellement la sève des pins. La seconde photo révèle un moment de la vie quotidienne : le matin de cette sortie, Laïla et une des touristes préparent ensemble le repas dans la cuisine d'été.

La cas de Laïla est intéressant car il montre comment une famille peut continuer à vivre selon un mode de vie traditionnel, en suivant la transhumance des rennes et en habitant périodiquement près des pâturages d'hiver et d'été, tout en ayant une activité professionnelle complémentaire qui permette à sa famille de soutenir son activité d'élevage par le partage des activités au sein du couple. Son mari est en effet éleveur à temps plein et l'activité de Laïla permet de compléter les revenus de la famille. Son exemple montre aussi, au même titre que celui de Per-Erik, qu'il s'agit d'un type de tourisme très spécifique, basé sur l'accueil de groupes restreints et de touristes en attente d'une expérience singulière de découverte de la culture samie. Une démarche qui tend à s'assimiler par certains aspects à celle de l'ethnologue. On remarque que cette forme de tourisme constitue finalement une activité relativement marginale à l'échelle du développement touristique de la région.



Photo 80 & 80 bis. A gauche, Laila, guide Samie, lors d'une sortie en forêt avec des touristes. A droite, Laila et une touriste partageant un moment de vie quotidienne, la préparation du repas, dans la cuisine d'été de Laila près de sa maison de Saltoluokta. Photo : F.Revelin.

1.2. Faire découvrir l'élevage

A travers l'expérience touristique qu'elle propose, au plus près de son quotidien, Laïla rejoint parfois son mari en montagne avec ses hôtes pour leur faire découvrir l'élevage *in situ*. Nous avons vu que les pratiques d'élevage des rennes en semi-liberté varient pour s'adapter aux différentes saisons et aux conditions du milieu. Un moment important tant pour les Samis, du point de vue du cycle de l'élevage, que pour les touristes, du point de vue du spectacle unique qu'il offre, est le marquage des faons. Nous en avons eu un aperçu dans le chapitre précédent à travers l'expérience de Jürgen, un touriste allemand soucieux de réussir à assister à au moins un marquage durant son séjour. Le marquage est en effet un événement attractif et singulier pour les touristes, car les éleveurs rapatrient de grands troupeaux de rennes depuis les pâturages des montagnes pour les rassembler dans des *corrals* provisoires, le temps de les marquer. C'est donc à la fois l'occasion pour les touristes de voir ces grands troupeaux inonder le paysage - troupeaux qu'il n'est pas toujours évident de rencontrer spontanément dans les montagnes - mais aussi de faire l'expérience d'un moment crucial de l'élevage, et de découvrir une pratique importante des éleveurs samis qui perpétue des traditions très anciennes.



Photo 81. Les rennes courent en rond dans le corral lors du marquage, alors que les éleveurs placés au centre les attrapent au lasso. Photo : F. Revelin.



Photo 82. Les troupeaux de rennes repartent dans la montagne à la fin du marquage. Un spectacle que les éleveurs comme les spectateurs extérieurs prennent le temps d'admirer avant de partir. Photo : F. Revelin.

Parce qu'il s'agit d'un temps fort et emblématique de l'élevage, Laïla essaie de faire participer ses hôtes à des marquages, lorsqu'ils ont lieu. Mais accueillir des visiteurs à ces événements n'est pas si évident, pour plusieurs raisons. D'abord, cela peut inclure un risque de fuite des animaux. Le marquage est en effet un moment délicat : les rennes sont des animaux craintifs et fuient facilement, et une grande partie de l'élevage consiste à travailler à garder ensemble le troupeau. Il faut donc savoir où se placer et comment se comporter pour ne pas risquer de les faire fuir. D'autre part, faire découvrir aux touristes ce temps fort peut s'avérer difficile à mettre en œuvre : les marquages ont lieu la nuit pour que les rennes ne subissent pas le stress de la chaleur et des moustiques. Les marquages sont donc soumis à l'exigence de bonnes conditions et se décident par conséquent au dernier moment. Difficiles à planifier à l'avance, ils se transforment difficilement en objet d'excursion touristique parce qu'on ne peut pas garantir leur survenue pendant le séjour des touristes. Pourtant, ils constituent un événement idéal de l'expérience touristique de la culture samie : à la fois emblématique et spectaculaire, le marquage permet aux touristes de saisir en peu de temps des spécificités qui caractérisent les pratiques d'élevage de rennes dans les montagnes lapones, oscillant entre tradition (le marquage est une pratique très ancienne et la marque se fait toujours traditionnellement par une entaille dans l'oreille des faons) et modernité (les éleveurs modernisent leurs techniques, en remplaçant progressivement les lassos traditionnels par des perches pour attraper les animaux, et ils utilisent par exemple des motocross pour rapatrier les rennes depuis les montagnes).



Photo 83 & 83 bis. Marquage de rennes à Sittas : certains éleveurs utilisent encore le lasso pour attraper les rennes (à gauche), alors que d'autres utilisent une perche (à droite). Photo : F. Revelin.

Finalement, l'expérience de Laïla nous montre comment, en accueillant des touristes chez elle pour leur faire découvrir sa région et son mode de vie, elle met en scène sa vie quotidienne à destination des touristes. En même temps, son quotidien est transformé par la présence même des touristes, qui implique que Laïla ne vit plus seulement traditionnellement le quotidien d'une famille d'éleveurs samis, mais aussi un quotidien partagé avec des hôtes, qui prennent part aux activités de la famille.

2. Les dilemmes d'une économie secondaire pour les Samis

2.1. Réussir à combiner l'activité de tourisme avec les occupations liées à l'élevage

En présentant son projet de guide, Per-Erik insiste sur un dilemme important pour les éleveurs samis qui cherchent à diversifier leurs sources de revenus : réussir à combiner le tourisme avec les activités d'élevage. On a vu combien l'élevage des rennes est dépendant des conditions du milieu ou du lieu où se trouvent et se déplacent les troupeaux, c'est-à-dire, en somme, de facteurs difficilement prévisibles qui en font une activité caractérisée par l'adaptation constante aux situations. En développant une activité parallèle d'accueil des touristes, Per-Erik insuffle donc une certaine rigidité à son mode de vie. Il doit en effet être libre pour accompagner les groupes durant les périodes sur lesquelles sont fixés les séjours, quels que soient les impératifs de dernière minute liés à l'élevage. La saison touristique la plus dynamique (l'été) correspond de surcroît à une saison importante pour l'élevage, au cours de laquelle il faut notamment réaliser le marquage des jeunes individus. Ainsi, Per-Erik avoue que face à cette situation, il n'a pas encore trouvé un équilibre satisfaisant lui permettant de mener à bien ses divers projets, une situation qui explique que sa petite entreprise touristique ne soit pas encore pleinement active :

"I've been starting a little bit, because I have a lot of work with other things. I am active in many kinds of things with the sameby. And we have a lot of things to try to put them together in some way". (Per-Erik, été 2011 à Ritsem)

On remarque ainsi qu'il existe une certaine tension dans le fait de combiner des activités traditionnelles liées à l'élevage avec de nouvelles activités tournées vers le tourisme, qui reposent sur des logiques différentes. Si l'élevage renvoie fondamentalement à des pratiques faites d'adaptation et reposant sur un vaste système de savoirs et de savoir-faire centraux dans la culture samie, la professionnalisation progressive vers une activité touristique se heurte à des modèles différents, où prime une logique d'offre-demande à caractère fixiste. Ainsi, combiner les deux activités tel que Per-Erik tente de le faire nécessite des adaptations et des négociations dans l'organisation de son activité d'éleveur. Il peut notamment s'agir de mobiliser la complémentarité et

la solidarité au sein de la famille, comme on l'a vu à travers l'exemple de Laïla, où son mari assume pleinement toutes les charges liées à l'élevage, ou bien plus largement au niveau de la communauté d'éleveurs, où l'on trouve des arrangements pour que d'autres éleveurs puissent prendre soin de ses propres rennes.

2.2. Une organisation de l'activité à l'échelle des communautés d'éleveurs ?

“Even if we have a sameby and we are living together, working together and having an economy together, we have to make it privately, like my company will do my thing and the other company will make another thing, transport... I think we have to find the right man or woman to make the right thing. Because every butcher is not a good butcher, and every teacher is not a good teacher, and it's the same in tourism. That's the idea. So we select the things and we work with it. And then we have many families in the sameby, and then we can do the infrastructure and all these things in the future. We can say : “I do that, you do that”, and then we can make money from it and we can put it in the sameby to fix thing and doing things... Together, we have together big possibilities to make money. And money in this time it's a security for us to survive as a culture and as a company, and as a human being”. (Per-Erik, été 2011 à Ritsem)

Dans cet extrait, mon interlocuteur met très clairement en évidence l'idée d'organiser et de fédérer l'activité touristique à travers les unités d'élevage des sameby, c'est-à-dire dans le cadre de l'organisation existante des communautés d'éleveurs de rennes. Il souligne l'importance de garder une certaine autonomie à l'échelle individuelle, dans le choix des activités développées et dans les structures économiques. Mais selon lui, pour tirer les meilleurs profits de l'activité touristique locale, il serait important d'organiser à terme un réseau d'activités et de services qui bénéficie à l'élevage. L'activité de guide qu'il développe est très spécifique, et peu de Samis dans la région se lancent dans un projet qui requiert un tel investissement⁷⁹. Mais il suggère que l'accueil des touristes par les Samis puisse se faire aussi à travers d'autres types d'offres, qui permettent d'organiser de manière complémentaire le tourisme dans la région.

Finalement, on voit bien à travers cet exemple que ce qui prime dans les intentions et les conceptions de cet éleveur qui diversifie son activité vers le tourisme, c'est avant tout d'utiliser ce complément comme un moyen de poursuivre l'élevage.

2.3. Privilégier le tourisme comme activité majeure tout en proposant une activité « samie » ? L'exemple de Lennart

Dans certains cas, la difficulté que pose cette combinaison entre élevage et professionnalisation vers le tourisme, se résout en réduisant son implication dans les activités du sameby. C'est le choix qu'a

⁷⁹ En 2011, j'ai comptabilisé deux guides samis actifs dans le district de Jokkmokk, et trois dans celui de Gällivare.

fait Lennart, un Sami qui a développé des tours guidés avec des rennes à la fin des années 1990, une offre qu'il a stoppée en 2009-2010 pour se lancer dans une structure de promotion de la région de Sápmi comme destination touristique :

“[Tourism] was my main activity. I own reindeers and I am a member of my Sami community, the Sörkaitum sameby, but I have stated, right when I started, that I need to focus on one thing at a time, and I want to be good at what I’m doing. And I don’t think that you can be a really good tourism entrepreneur on part time. If you’re going to be really good at it, what I wanted to be, I need to do one thing. And what I wanted to do. So my bigger brother was taking care of my reindeers”. (Lennart, été 2011 à Gällivare)

Pourtant, son activité de guide demeurait, dans ses fondements, la mise en scène de son identité d'éleveur sami dans l'accompagnement des touristes à découvrir la région. Cette vision apparaît clairement lorsqu'il précise comment s'organisaient les produits touristiques, c'est-à-dire les excursions qu'il mettait en œuvre dans le cadre de sa compagnie touristique :

“Well, I think the core was Sami culture, and to spending time with a Sami person out in real nature. Not spending time in a camp, next to the road. Rather to be out and walking on the land, you know, where my own fathers have been for generations. And that was kind of the core.

I’ve been putting together hiking trips, reindeer sledding trips, both long and short, I’ve taken groups of photographers also, both in winter and in summer, so that they can take pictures of winter and summer, I’ve had fishing clients, I’ve put together snowmobile safaris, for other clients. So it’s... But the core has always been my Sami culture. It’s always been Sami how I want to do it. And also the thing has been to be out with me, and I share the knowledge that I have about nature, and the stories about the area: why does the mountain have the name that they have, and... [...] I used the area that I know. Which is the land where my Sami community herds the reindeers. It is all the way on the north side of the Lule river. Unnea Cerus, or Sörkaitum. Almost all of it is in the Lapponia area. Stora Sjöfallet Park, Sjaunja and Muddus”. (Lennart, été 2011 à Gällivare)

Ce qui prévaut dans la conception que Lennart a de cette offre touristique, c'est que son identité samie demeure au cœur de l'activité qu'il développe, même si le fait même de se professionnaliser dans cette activité de guide touristique réduit son implication dans l'élevage, si essentiel au mode de vie des Samis. Pour lui, cette dimension centrale qu'il présente en disant : "It's always been sami how I want to do it", repose sur des activités qui convoquent sa connaissance intime de la région ; une région où il a grandi et où il a lui-même élevé ses rennes, tout comme ses ancêtres l'ont fait avant lui.

S'il explique qu'il a dû se décharger de ses activités d'éleveur pour développer son activité de guide, et demander à son frère de s'occuper de ses rennes pour lui, il reste néanmoins profondément attaché à son identité d'éleveur, et se présente comme tel lorsqu'il m'explique comment il a commencé à organiser des tours guidés :

“I thought this would be a good thing for me to make tourists come and follow me to tell about Sami culture and my life basically, as a Sami herder and everything”. (Lennart, été 2011 à Gällivare)

On retrouve dans son témoignage l’attachement décrit plus tôt par Laïla et Per-Erik à l’idée d’une activité de petite échelle, fondamentalement liée aux tours proposés, qui impliquent une relation relativement proche avec les touristes :

“I started to develop the longer trips, like more expeditions, like trips, where I used reindeer for carrying the goods we needed for being out in the mountains for a week or a trekking. And that is a completely different job. To be out with a smaller group, in the mountains, and it’s completely a different thing, and I really loved that. I had a maximum of 12 people in a group. That was the limit”. (Lennart, été 2011 à Gällivare)

2.4. Une clientèle très spécifique et marginale à l’échelle du tourisme local

A travers cette idée d’un tourisme de petite échelle, unanimement privilégié par les Samis qui développent ce type d’activités touristiques, on observe qu’il s’agit de surcroît d’un type de tourisme très spécifique, basé sur une clientèle en partie professionnelle. Un fait que me présente Nikka, un éleveur sami qui développe une entreprise nommée “Sami Safari”, basée sur des tours guidés dans les montagnes, similaires à ceux que je viens de présenter dans le cadre de l’activité de Lennart. Il m’explique ainsi qu’en démarrant cette petite entreprise, il s’est confronté à une clientèle beaucoup plus spécifique que ce qu’il imaginait : l’essentiel de ses clients étaient des photographes, des journalistes, des personnes souhaitant faire des reportages, etc. Lennart évoque le même type de dérive, en particulier dans la période de lancement de son activité. Alors que ce n’était pas forcément le tourisme qu’il pensait attirer en créant ses produits, cette clientèle très spécifique a néanmoins favorisé la promotion de son entreprise, à travers la diffusion d’articles de journaux et de photographies issus des visites qu’il a guidées. Il souligne également que contrairement aux grandes tendances de la fréquentation touristique dans la région, où les touristes suédois sont majoritaires, son activité attirait une clientèle de dimension plus internationale. Il pointe ici du doigt à la fois l’idée que la culture samie est peu connue et reconnue dans son propre pays, et que l’exotisme se recherche par essence en dehors des frontières nationales :

“You know, Swedish people in general, they are... If you look down in the south of Sweden, they don’t really know much about Sami people. And it’s still that they are reluctant to pay, to buy an experience in the Swedish mountain. I mean they can buy for double price, and do it in Mongolia, or in the South America. But to take the kind of money that you need to do... To pay for this trip, and to do it in Sweden, they don’t want to do that. So I didn’t have the supply of Swedish clients or knowledge. Which meant that I had to go abroad, and it’s so much more expensive and difficult also with the marketing, and with everything”. (Lennart, été 2011 à Gällivare)

A travers la description du type de touristes qui constitue une demande pour l'activité qu'il développait, Lennart met très clairement en lumière le fait qu'il s'agit d'un segment spécifique et marginal du tourisme local, qui ne renvoie pas au type de fréquentation habituel et traditionnel de la région. Ainsi, son activité ne pouvait par essence reposer sur l'attraction spontanée des touristes venant visiter la région, mais il devait au contraire développer ses propres stratégies de promotion pour attirer ce tourisme particulier :

“For summer, there are more people travelling in the area, but then again, my experience from my company was that: I'm not looking for the people that are just here, I want to have the clients that come to my trips. And also, they are willing to pay the price that I need to have to organize these trips. And so, many tourists in the area, it didn't really help me in any way. I didn't get any clients from the tourist office, from the local structures”. (Lennart, été 2011 à Gällivare)

A travers sa dépendance à ce segment particulier de tourisme, il montre finalement que son activité était très vulnérable aux fluctuations du marché international, bien plus que les formes plus classiques du tourisme local, basées notamment sur un tourisme de nature qui se développe traditionnellement dans la région en lien avec les célèbres sentiers de randonnée et les vastes aires naturelles (cf chapitre 9). Il s'agit là de l'une des raisons qui l'ont conduit à fermer son entreprise touristique dans les années 2009-2010, pour s'orienter vers une activité plus stable économiquement :

“And then also, other things in the world happened: September 11th. And the summer before, I had a fully booked summer, and I had a lot of American clients. And when the planes crashed in the world trade centre, it completely stopped for a number of years, people started to be... And that's nothing that you can do anything about”. (Lennart, été 2011 à Gällivare)

2.5. Limite des compétences professionnelles du tourisme

Dans le chapitre précédent, la présentation de l'organisation du tourisme par une structure samie dans le Padjelanta a permis de montrer une des limites à laquelle les Samis se heurtent lorsqu'ils développent une activité de tourisme parallèlement à l'élevage : celle des compétences professionnelles liées à la mise en place de stratégies promotionnelles. En étant avant tout éleveurs, nombreux sont ceux qui se tournent vers le tourisme de manière « artisanale », c'est-à-dire sans compétences spécifiques pour cette activité. Lennart pointe du doigt ce type de difficultés auxquelles il s'est confronté lorsqu'il a lancé sa société de tourisme, alors qu'il ne possédait pas lui-même les ressources pour la promouvoir. Il a contacté diverses agences spécialisées dans le marketing du tourisme, sans trouver de structures qui réussissent vraiment à l'aider à développer son activité, très spécifique :

“And then I needed a couple of very good years to be able to build the company stronger, and also the knowledge for marketing a company abroad. Because when you go out and you ask how will I reach out to the clients, and there’s a lot of tourism professionals about there, and they all say they have the answer. You know, if you talk to the tourist company in Sweden, they are all saying ‘Oh you know, I can help you how to do it’. And if you ask a tour operator, they say ‘Oh this is perfect, this is just what we are looking for’. Everyone you need, they claim they have your answer on how to get clients. But I think that the expeditions that I had, they were so, in a way, special. And also the market for them, the group that was actually considering to buy them, was not a very big group in the market. And then you have to be very good and very focused on how I’m going to reach them”. (Lennart, été 2011 à Gällivare)

Lennart explique que cette limite a été si forte durant les quinze années où il a persisté à essayer de développer ses visites guidées, qu’elle fait finalement partie des raisons pour lesquelles il a arrêté cette activité. Il souligne en effet que sans compétences professionnelles en marketing, il est resté très dépendant des structures qui pouvaient lui offrir ces services, mais est par conséquent demeuré très vulnérable aux fluctuations du marché.

“I don’t have any education in marketing, not really. I really had to trust other people that said they really knew how to do it. But I think that I have a good education now, from this experience”. (Op.cit.)

S’il affirme avoir acquis une expérience plus professionnelle à travers ce premier projet qu’il a réussi à faire vivre quinze ans, il en conclut que la difficulté majeure pour les Samis qui ambitionnent de développer une activité de « tourisme sami » est justement d’allier à la fois une connaissance profonde et intime de leur culture, et des compétences professionnelles dans le domaine du tourisme :

“But it’s not easy to get the Sami people involved in Sami tourism. It’s a lot of people who want to do it, but they don’t have a clue on how to do it. And again, when I talk about how I’m going to reach the market, there’s a lot of people who claim they have the answer. It’s still very much like that. Everyone wants to say : ‘Oh I know how to do it’. But if you don’t have like your roots in the Sami culture, it’s very difficult for you to give the right advice to the Sami people: how are you going to think, how are you going to do it? Because it’s not only to put your glasses on and say : ‘come on, come and take the pictures and pay’. You need to really think about: how you’re going to have your Sami content in an experience. What I’m going to do? Who is going to do the guiding. Where will I take the food from, who will prepare it, you know. In what kind of environment do you want to serve your food? There’s a lot of considerations in building a n experience I think. And if you don’t have the roots, if you don’t have your own background in Sami culture, it’s very difficult to give that advice. So that’s one part. The other part is: you also need to know the tourism business. And it’s when you put this together, I think that you can build a sustainable business. But you cannot just take one or the other”. (Op.cit.)

2.6. Vendre des services et des produits de base aux touristes

On a vu à travers l'exemple du Padjelanta que les Samis de la région ont progressivement développé des activités de vente de produits locaux à destination des touristes de passage pour compléter leurs revenus. Il s'agit souvent d'une activité spontanée et peu instituée. Mais certaines familles samies ont développé ce concept pour en faire une activité plus professionnalisée et régulière. C'est le cas d'un couple d'éleveurs retraités, installé en été à Pietsjaure, à quelques kilomètres de la station STF de Saltoluokta.



Photo 84. Panneau d'information à l'entrée de la station touristique de Saltoluokta, indiquant le café sami de Pietsjaure à 6 km. Le panneau est présenté sur fond de drapeau sami, et indique qu'il est aussi possible de louer des chalets, des embarcations, ou de prendre le bateau jusqu'à Sarek. Photo : F. Revelin.



Photo 85. Pietsjaure, village d'été où une famille d'éleveurs samis ouvre un café chaque été pour vendre ses productions et loue des chalets modernes en bois (à droite sur la photo). Photo : F. Revelin.

Chaque été, le couple tient un petit café tout près de leur campement. Ce campement estival s'est progressivement sédentarisé près du lac et la famille a aménagé quelques chalets modernes en bois (*stugor*) à proximité des habitats traditionnels en tourbe, les *kåta*, qu'elle loue à des touristes pour compléter ses revenus été comme hiver. Pietsjaure se trouve près de l'itinéraire de randonnée du Kungsleden et bénéficie à ce titre d'une situation idéale pour capter les touristes de la région. Le café n'est ouvert qu'en été, lorsque la famille vit ici.



Photo 86. Café sami de Pietsjaure. Photo : F. Revelin.



Photo 87 & 87 bis. Dans le café Sami de Pietsjaure, à gauche, la cuisine où sont servis des mets traditionnels issus de la production de la famille qui tient le café, ce jour-ci de l'omble chevalier fumé, servi avec une galette de pain. A droite, des objets d'artisanat à vendre à des touristes. Photo : F. Revelin.

Le café est très éloigné des réseaux de transport et de la ville, il n'est accessible qu'à pied et par hélicoptère l'été. A ce titre, il ne dispose pas de ravitaillement régulier, ni d'alimentation en électricité. Ainsi, son offre correspond aux productions locales également consommées par la famille : des galettes de pain préparées chaque jour, du poisson pêché dans le lac et fumé, souvent de l'omble, ou plus rarement de la viande de rennes fumée ou séchée suivant les disponibilités.

"He fishes, and then he smokes the fish. I'm making the bread. Sometimes I have fish, and the next day I have reindeer. So, it depends". (Siv, été 2008 à Pietsjaure)

3. La pluriactivité au cœur de la vie montagnarde des Pyrénées

3.1. Avoir plusieurs activités pour « survivre » en montagne

Alors que l'on vient de voir les divers dilemmes auxquels se confrontent les éleveurs samis qui se tournent timidement vers le tourisme comme activité secondaire, la pluriactivité faisant intervenir le tourisme comme une ressource importante pour les éleveurs est communément établie dans le contexte pyrénéen. Les chapitres 4 et 8 ont montré que ce phénomène est particulièrement fort pour les éleveurs de Gavarnie, village dans lequel le tourisme occupe aujourd'hui une place majeure, alors qu'il ne reste que très peu d'éleveurs actifs. Pour ces derniers, être pluriactif est une pratique commune, et même une situation nécessaire pour survivre dans la région. C'est ce qu'affirme naturellement Jean-Jacques à travers son propre exemple ; il compte parmi les cinq éleveurs encore en activité en 2010 à Gavarnie:

« Je suis éleveur, je loue des hébergements et l'hiver je travaille dans le ski. Eleveur c'est un grand mot. C'est 60 brebis mères, c'est pas des gros élevages. Déjà, à 1700 mètres d'altitude, avec la rigueur de l'hiver, c'est pas si facile, donc on est limités par la taille de l'exploitation. Alors, c'est comme dans toutes les montagnes du monde, on vit un peu de pluriactivité. C'est-à-dire à chaque saison, avec deux ou trois petits boulots, on arrive à vivre. Tous les éleveurs ont des gîtes. Tout le monde travaille à la station ou dans un commerce, pour arrondir un peu le complément ». (Jean-Jacques A., été 2010 à Gavarnie)

A Gèdre, village voisin, l'élevage est une activité plus importante et plus dynamique. Pourtant, une majorité des éleveurs s'oriente aussi vers une économie complémentaire liée au tourisme. Un couple d'éleveurs de Gèdre me raconte comment ils ont décidé, il y a 25 ans, d'ouvrir un gîte d'étape et de groupe dans une des granges de leur ferme, pour compléter leurs revenus, et pour donner une nouvelle dimension à leurs activités d'élevage. Alors que de nombreux gîtes classiques existent déjà dans la région, ils ont cherché à se démarquer de ces structures pour développer une activité plus originale et en lien direct avec leurs activités agricoles :

« La première activité, elle est agricole. C'était une exploitation agricole, qui a dû se diversifier, c'était dans les années 1985, que le projet est né. Pour pouvoir se diversifier au niveau tourisme. On vivait à l'époque avec 110 brebis et 20 vaches et beaucoup de terres en fermage. Et puis, au fur et à mesure des années, on s'est aperçu que malgré tout, le coût de la viande n'est pas celui que l'on connaît aujourd'hui. Mais on avait aussi envie d'avoir à partager autre chose que de rester derrière du bétail. Et le tourisme, il y était approprié. Alors, on ne voulait pas faire non plus des gîtes traditionnels parce qu'il y en avait de trop. Donc on a souhaité faire une structure qui correspondait un peu plus à ce que l'on souhaitait faire dans notre devenir agricole. C'est-à-dire un gîte d'étape qui nous permette également de faire partir nos produits, liés à notre propre production, dans nos bâtiments. Depuis 1985, l'idée a germé. Il a fallu, pour qu'on en vienne à bout, 5 ans ».

« Donc on a pu continuer l'agriculture, et on a eu le gîte pour des revenus complémentaires. Et les groupes, la semaine dernière par exemple, je les avais en demi-pension donc je leur faisais à manger. On reçoit des familles qui se regroupent, ou des amis, mais seulement des groupes ». (Jean-Marc L., Gèdre)

Un des avantages que leur offre ce choix de faire un gîte à la ferme est de concentrer toutes leurs activités dans le même lieu, qui est aussi leur lieu de vie. Ces éleveurs mettent ainsi en avant le fait que l'élevage est une occupation très prenante ; gérer directement sur place une activité secondaire de tourisme permet de mieux combiner les deux activités dans la pratique. Ils soulignent dans ce contexte la nécessité d'être un couple pour se partager les tâches :

« Avant, la pluriactivité pouvait aussi plus sortir de l'enceinte de l'exploitation. Par exemple, tu pouvais travailler à l'exploitation avec tes parents et être perche man⁸⁰ à la station. Aujourd'hui, ce n'est plus possible, car les enfants ne sont pas restés dans la région. Donc on reste plus sur l'exploitation, on diversifie mais sur l'exploitation, comme ici avec les gîtes. Mais il faut être deux, de toutes façons, pour pouvoir construire quelque chose, c'est mieux d'être deux ». (Jean-Marc L., Gèdre)

A travers cet extrait, on remarque que ces éleveurs ont pleinement conscience des stratégies qu'ils mettent en œuvre pour combiner l'élevage et le tourisme. On observe même une forme de réflexivité quant au fait qu'en se tournant vers le tourisme, ces éleveurs ont transformé leur mode de vie. On remarque qu'ils se sont approprié le vocabulaire pour décrire ce glissement, parlant spontanément de « pluriactivité », « on diversifie l'exploitation ». Ainsi, de manière plus marquée que ce que l'on a pu voir à travers l'expérience des éleveurs samois, les éleveurs pyrénéens intègrent pleinement, tant dans la pratique, que dans le discours et dans les représentations, la combinaison complexe qui s'opère entre leur activité d'éleveur et celle d'acteur du tourisme. Et finalement, on recueille des discours où la pluriactivité est directement présentée comme un mode de vie

⁸⁰ Cette expression familière est utilisée pour définir les gens qui travaillent à la station de ski pour aider les touristes à prendre les remontées mécaniques.

nécessaire face aux contraintes et aux difficultés que pose l'élevage en montagne, qui ne fait plus face à la concurrence induite par l'économie de marché :

« C'est très très dur de vivre de l'élevage seulement. Bon après, les besoins ce ne sont plus les mêmes. Moi je sais que j'ai un gîte. Je fais beaucoup de vente directe. Presque tout en vente directe. L'élevage sans vente direct, ça ne vaut plus le coup, parce que sinon, il faut doubler ou tripler notre troupeau pour vendre à des bouchers ou à des groupements. Vu l'exploitation, c'est tout en pente... [ce n'est pas possible].

[...]J'ai un gîte à Héas, et deux autres ici à Gèdre. Et ça c'est ma mère qui s'en occupe, pour nettoyer et tout ça. Moi je n'ai pas trop le temps, et comme ma femme elle travaille aussi. On a les gîtes, moi j'ai l'exploitation et ma femme travaille à l'office de tourisme. C'est pour ça, vivre sans le tourisme c'est fini ça. De toutes façons, ici il y a toujours un gîte ou quelque chose, on ne peut pas vivre que de l'agricole, ce n'est pas possible. Et ça c'est spécifique à la montagne, parce que nous les fourrages, ce qu'on fait en deux mois, en plaine ça va beaucoup plus vite. Ils en font beaucoup plus en beaucoup moins de temps. Le plus difficile c'est l'été pour faire les fourrages. Et encore on a les outils aujourd'hui, mais on ne peut pas passer partout. On en fait un quart à la main.

[...]Vivre des ressources agricoles uniquement, c'est soit on vit comme avant avec toute la famille. Mais ça ne se fait plus, moi je ne vis pas avec mes parents ». (Mathieu B., été 2010 à Gèdre)

3.2. Le poids de l'histoire et de la mémoire

L'ancrage d'un tel métissage des activités tant dans la pratique, que dans les représentations que les éleveurs ont de leurs propres modes de vie se comprend à la lumière de l'histoire locale, profondément marquée par le développement du tourisme, qui a émergé très tôt et s'est développé avec une forte intensité dans ces petites localités de montagne (cf chapitre 4). Jean-Jacques décrit en détails l'image qu'il a de cet ancrage historique de la diversification des activités des éleveurs. Il montre que les habitants du village se sont très tôt saisis des ressources que pouvait leur procurer la fréquentation touristique du lieu. De cette manière, il présente ce mode de vie comme « le modèle local », qui existe à Gavarnie depuis plusieurs générations, et qui fait pleinement partie de la vie des familles :

« Ici à Gavarnie, ça existait déjà depuis l'époque des Romantiques cette diversification de l'activité. Il y avait les porteurs, les guides de montagne, les montagnards. Donc il y a toujours eu une activité touristique depuis plus de 100 ans. Donc à Gavarnie, tout le monde était un peu éleveur. C'était un peu de la survie, plus on travaillait dans les grand Hôtels, les Voyageurs, le Marboré. Les gens venaient un peu de partout pour prendre un peu l'air de la montagne, ils restaient trois semaines. Donc c'était un peu au petit bonheur la chance. Il y avait l'attraction qui était les paysages, et il y avait aussi l'attraction qui était les thermes. Luz, Barèges, Cauterêts, pour satisfaire les gens qui venaient prendre les eaux. Mais ici c'était beaucoup de tourisme de passage et un peu de tourisme de séjour. Et c'est toujours le même modèle depuis 150 ans. Moi mon grand-père qui était né en 1890, il faisait déjà le guide en 1920, il était un peu éleveur, et guide de montagne. Ça complétait un peu l'élevage. Et moi je suis toujours sur le même modèle. Je fais un peu d'élevage, je loue le gîte, je suis

moniteur de ski. Parce que l'élevage, on a un peu du mal à en vivre. La preuve, il y a 40 ans, il y a avait 40 éleveurs ici, maintenant, il y en a 4 ». (Jean-Jacques A., été 2010 à Gavarnie)

Jean-Jacques montre ici la place déterminante que revêt, dans l'expérience et dans les représentations des habitants, l'histoire locale du tourisme. Lorsqu'il témoigne de sa propre expérience d'éleveur pluriactif, il la présente à travers cette mémoire de l'histoire de sa localité. Il montre ainsi combien le tourisme imprègne finalement aujourd'hui l'ensemble des dynamiques locales, et permet même, en faisant vivre les gens, de faire survivre le village.

A travers son témoignage, il présente également quelques unes des activités qui font l'objet de l'implication des éleveurs : louer des gîtes, être moniteur de ski à la station locale, être guide, travailler dans des hôtels. Parmi ces activités, louer des gîtes aux touristes est une pratique très fréquente et permet aux éleveurs de compléter leurs revenus sans s'engager dans un travail qui demande un grand investissement en temps. Mais d'autres activités au contraire représentent un engagement plus fort, et s'inscrivent dans un rapport plus complexe au tourisme. L'une d'entre elles a fortement marqué l'histoire locale et s'est érigée en une véritable tradition touristique, alors même qu'elle est issue de ce que j'ai présenté plus tôt comme des pratiques de « cueillette des touristes ». C'est ce que nous allons voir plus en détails avant de conclure ce chapitre.

3.3. Louer des montures : exemple d'une pratique de cueillette touristique mutée en tradition locale

Parmi les activités vers lesquelles certains éleveurs se tournent pour compléter leurs revenus, l'une est originale en ce qu'elle est devenue emblématique du village de Gavarnie : louer des montures. Cette activité est aujourd'hui gérée par divers acteurs locaux du tourisme, partagés entre éleveurs et non éleveurs.

La promenade à dos d'âne ou de cheval vers le cirque compte parmi les traditions touristiques de Gavarnie depuis le début du siècle dernier. Durant les périodes non enneigées, les touristes sont accueillis par les loueurs de montures, installés sur un parking du village d'en haut (cf figure 29 page 149, chapitre 4), qui leur proposent de louer un cheval ou un âne pour parcourir le chemin du cirque jusqu'à l'hôtellerie et rentrer au village. Activité mise en place par des habitants du village, son objectif est de capter des ressources du flot passager de promeneurs ; en quelque sorte donc, de cueillir ces touristes de passage (cf chapitre 8). L'activité a connu un succès important dans la seconde moitié du XX^{ème} siècle, mais elle est beaucoup moins développée aujourd'hui :

« Les loueurs de montures, ça existe depuis oulala, depuis 1900 à peu près. Ça c'est purement devenu une activité touristique. Avant il y en a eu jusqu'à 500 ânes. En pleine période, ils montaient 4 ou 5 fois dans la journée ». (Lionel M. été 2010 à Gavarnie)

Le nombre de montures offertes à la location fluctue aujourd'hui entre 60 et 70 têtes. Elles appartiennent aux sept membres actuels de « l'association des loueurs de montures », tous des habitants du village, qui ne peuvent excéder un total de dix montures par propriétaire. Patrick est l'actuel président de l'association et est celui qui possède le moins de montures : huit en tout (cinq ânes et trois chevaux). Il explique que l'association telle qu'elle existe aujourd'hui est l'héritage d'une première initiative de syndicat professionnel des loueurs de montures qui a vu le jour dans les années 1950 sous l'initiative d'éleveurs locaux. A l'époque, on comptait 20 à 25 propriétaires équins. Depuis, l'association s'est transformée et a intégré différentes règles pour organiser et encadrer plus étroitement l'activité. Patrick m'explique ainsi que l'activité a évolué avec le temps en s'adaptant à la demande des touristes :

« Avant, le tour classique, on partait en groupe avec un guide. Aujourd'hui c'est rare. Depuis 15-20 ans, on loue surtout des montures lâchées comme on dit. Des montures seules quoi ». (Patrick, à Gavarnie)

La formule la plus classique a donc évolué : elle est passée d'un tour complet comprenant un groupe de cavaliers guidé par un loueur, c'est-à-dire une formule relativement encadrée, à une location plus libre des montures, où le service de guidage n'est plus compris. Dans cette formule classique telle qu'elle existe aujourd'hui, les loueurs s'installent dans le village dit d'en haut, c'est-à-dire sur le passage direct des touristes qui vont vers le cirque, et louent tour à tour leurs montures aux passants, le plus souvent individuellement, mais aussi à des petits groupes. Cette activité est proposée sur une période s'étalant d'avril à novembre (de Pâques à la Toussaint). Patrick m'explique que leurs principaux clients sont des familles, qui louent souvent une ou deux montures pour les enfants (cf photos ci-après). Il existe deux offres principales : location de 2 heures (25 euros) ou de 3 heures (35 euros). Dans les deux cas, la promenade consiste en un aller-retour jusqu'à l'hôtellerie du cirque (zone hors Parc national hormis une petite section du chemin du cirque, mais où le passage est autorisé), avec une pause de vingt minutes à l'hôtellerie pour la promenade de deux heures et une pause d'une heure pour la promenade de trois heures. Les cavaliers peuvent être de simples amateurs et n'avoir jamais pratiqué l'équitation, mais Patrick souligne qu'on loue souvent à des jeunes filles qui possèdent des galops⁸¹ d'équitation. Les montures connaissent parfaitement l'itinéraire de la promenade vers le cirque, mais par sécurité, elles sont équipées de longues pour être emmenées par les promeneurs ; il faut donc au moins être deux pour louer une monture : un cavalier et un marcheur pour guider la monture.

⁸¹ Les galops d'équitation correspondent à des niveaux de la pratique d'équitation en club.



Photo 88. Location des montures dans le village de Gavarnie. Photo : F. Revelin.

Les loueurs sont organisés selon un système de rotation par ordre alphabétique de leurs noms : une fois qu'un loueur a cédé toutes ses montures, le suivant sur la liste peut commencer à faire travailler les siennes. Chaque jour on reprend la liste au dernier nom de la veille. L'association vise ainsi à répartir équitablement l'activité entre les différents propriétaires.

Pour mon interlocuteur, cette activité de tourisme repose sur un concept simple : offrir un service de transport aux promeneurs et ainsi bénéficier de quelques retombées économiques du flux passager. Il présente cependant cette activité comme un « boulot très aléatoire », insistant sur le fait que l'on ne puisse pas vivre seulement de la location : c'est, là encore, une activité secondaire. Outre les facteurs météorologiques qui influencent beaucoup le nombre de visiteurs vers le cirque à l'échelle d'une saison et donc de clients potentiels pour les loueurs, il évoque sur une période de temps plus étalée l'influence des variations du pouvoir d'achat des touristes comme un indicateur de changement de l'activité depuis qu'il la pratique :

« Par exemple, si on prend une famille avec les deux parents et trois enfants. Bon avant c'était très fréquent ils arrivaient ils louaient des ânes pour toute la famille. Maintenant on voit plus ça, ça fait tout de suite un budget. [...] Ils vont prendre un ou deux ânes pour les enfants, et puis ils vont tourner ». (Patrick, à Gavarnie)

Institutionnalisée vers le milieu du vingtième siècle, mais bien plus ancienne selon les témoignages, cette pratique de la promenade vers le cirque à dos de monture a été développée par les habitants comme une activité de tourisme qui permettait de générer des revenus complémentaires à leur activité principale, en vendant un service aux touristes lors de leur passage. Par ses nombreuses années d'existence, cette pratique s'est instaurée comme une tradition de Gavarnie. Elle fait partie de l'image du village et de l'expérience touristique de la visite du cirque pour les touristes. Elle

constitue ainsi à la fois un exemple intéressant de la manière dont les habitants se saisissent de l'opportunité touristique à Gavarnie mais aussi la façonnent en créant une activité qui est devenue charismatique du tourisme associé au site.

En effet, si l'on opère un léger décadage pour se placer du point de vue des touristes qui viennent se promener dans le cirque, l'image de la balade à dos d'âne est très présente dans leurs témoignages. En développant cette activité, les habitants ont donc créé une tradition locale qui marque l'imaginaire touristique de ce lieu. Si l'on consulte la promotion faite par la ville de Lourdes pour les sites d'intérêt des alentours, on remarque que c'est justement cette image de Gavarnie qui est mise en avant : sur leur site Internet, pour promouvoir le cirque de Gavarnie, figure au premier plan des promeneurs et une monture face au paysage du cirque (cf photo 89).



Photo 89. Image utilisée par le site Internet de l'office de tourisme de Lourdes pour promouvoir Gavarnie. Source : www.lourdes-infotourisme.com, 2012

*

* *

Conclusion

Dans les deux sites, on observe que les éleveurs combinent leur activité traditionnelle en se tournant vers d'autres activités, parmi lesquelles le tourisme occupe une place importante. La raison majeure de ce glissement est avant tout d'origine économique : il s'agit d'apporter un complément à l'activité d'élevage, qui dans les deux régions, permet de plus en plus difficilement de survivre à elle seule.

Ainsi, ces acteurs qui se tournent vers le tourisme se présentent avant tout comme des éleveurs. Une affirmation identitaire qui est particulièrement forte chez les Samis, alors que les éleveurs pyrénéens présentent des discours plus contrastés, intégrant la prégnance de la pluriactivité marquée depuis plusieurs générations.

Outre cette dimension économique, d'autres motivations façonnent également ce choix et se traduisent par l'engagement vers une diversité d'activités, en fonction du rapport différencié de chaque éleveur au tourisme. Ainsi, certains développent une petite activité informelle basée sur la vente de produits locaux ou de services à destination des touristes qui visitent la région, sans vraiment promouvoir cette activité, comme on le voit très bien à travers l'exemple de certains éleveurs samis. D'autres au contraire s'investissent davantage dans le développement d'expériences singulières, comme c'est le cas des éleveurs qui deviennent guides pour les touristes. A travers cette activité, ils voient, au-delà de ses apports économiques, une occasion d'œuvrer positivement pour l'élevage et pour le maintien de leur mode de vie, à la fois en les présentant aux touristes et en prenant ces derniers comme témoins des menaces et des difficultés auxquels ils font aujourd'hui face. Dans ce contexte, on remarque que les guides samis développent des expériences touristiques de la nature à travers leur culture, se saisissant ainsi habilement de l'attraction principale qui draine les touristes dans la région – la nature – tout en modelant l'expérience touristique grâce à un recentrage sur la vision et les usages qu'en ont les acteurs locaux. Ainsi, il ne s'agit pas tant d'accompagner les touristes dans la découverte de la nature de la région que de se présenter et de mettre en scène son identité samie comme profondément liée à cette région.

Finalement, ce chapitre permet de montrer que le tourisme est dans les deux cas utilisé comme un soutien afin de continuer son activité d'éleveur, mais on observe que les Samis mettent davantage en scène leur quotidien, leurs savoirs et leurs préoccupations dans ce cadre. Dans les Pyrénées au contraire, l'activité touristique s'est tant instituée et professionnalisée que les visites guidées sont souvent assignées à des guides et accompagnateurs professionnels, même si, dans l'histoire récente de la localité et en particulier à l'âge d'or du Pyrénéisme (notamment dans la première partie du siècle dernier) de nombreux éleveurs étaient également guides pour les touristes. Dans le cas spécifique de Laponia, on remarque ainsi que de la même manière que les Samis ont investi la labellisation du site au Patrimoine mondial comme une arène pour faire entendre leur voix et faire reconnaître leurs liens à la région, certains éleveurs se saisissent du tourisme comme un espace pour faire connaître et reconnaître leur culture. Néanmoins, les enquêtes laissent apparaître que dans aucun des deux sites, les éleveurs font un lien direct entre ces deux dimensions : si le label est souvent présenté dans les discours comme une image de marque pour le développement du

tourisme, les témoignages et l'observation de l'expérience directe et concrète du tourisme montrent que la labellisation Unesco n'influence pas – jusqu'ici – la manière dont les éleveurs appréhendent le tourisme et la rencontre avec les toursites, même si des changements commencent à se dessiner dans Laponia à travers le nouvel organe de gestion du site, où les Samis tiennent une place centrale.

CONCLUSION GENERALE

LE TOURISME COMME GRILLE DE LECTURE DES DYNAMIQUES QUI SE JOUENT AUTOUR DE LA LABELLISATION DES SITES

- **L'apport d'une approche longitudinale et comparative**

Le tourisme est originellement issu, dans les sociétés occidentales, d'une pratique distinctive. Sa massification à partir de la période de création des congés payés, puis de l'après-guerre, l'a profondément transformé, donnant lieu à une critique sociale et scientifique du phénomène touristique et de ses conséquences. Cette critique est à l'origine de tentatives de mise en place et de conceptualisation de formes alternatives de tourisme, en particulier dans les années 1990, dans le contexte d'une prise de conscience de la finitude des ressources naturelles.

J'ai cherché à montrer ce tournant en analysant les définitions multiples du tourisme, comme phénomène et comme pratique, et en m'intéressant spécifiquement à son rapport avec les questions environnementales. Une des critiques majeures adressées au tourisme porte en effet historiquement sur ses impacts multiples, et notamment sur les pressions exercées sur l'environnement naturel. Dans ce contexte, la recherche de nouvelles articulations entre tourisme et nature a pris un relief particulier. Il s'agissait à la fois de mieux rendre compte de la complexité des relations entre développement touristique et conservation de la nature, et d'imaginer de nouvelles formes de tourisme, correspondant à une éthique environnementale développée dans les années 1990. L'écologisation du tourisme ne pouvait alors être dissociée d'une tentative de moralisation, tendant à insuffler de nouvelles valeurs à un ensemble de pratiques (sensibilisation aux impacts, connaissance du milieu, pédagogie, usages durables des ressources...).

Phénomène dont l'envergure n'a cessé de se développer, le tourisme est devenu un enjeu de niveau mondial, dont les flux touchent quasiment tout l'espace terrestre, même les plus difficiles d'accès pour l'homme. Discours sur le tourisme, pratiques du tourisme et expérience du phénomène touristique dans ces destinations isolées ont largement évolué depuis leurs prémices jusqu'aux configurations actuelles. C'est ce que l'on observe en étudiant la genèse du tourisme sur les deux régions étudiées : l'approche longitudinale et comparative permet de donner des éclairages intéressants pour comprendre ce qui se passe aujourd'hui, et comment le tourisme est à la fois développé et perçu par les populations des régions hôtes. On constate très clairement que les

pratiques touristiques ont précédé la pensée sur le phénomène. C'est sous l'influence des représentations et des discours forgés par des élites savantes que le tourisme a commencé à être pensé et appréhendé comme une nouvelle activité dans ces régions. Les pratiques des élites, qui ont ouvert la voie à l'exploration des montagnes lapones et pyrénéennes, ont aussi contribué à structurer le tourisme, en particulier *via* la réalisation d'infrastructures facilitant l'accès à des destinations de voyage auparavant peu accessibles.

La production et la diffusion d'images, de discours et de récits ont soutenu le développement progressif de la fréquentation touristique. Les clubs montagnards ont historiquement joué un rôle clé dans la mise en tourisme des zones étudiées, participant à sublimer l'expérience montagnarde. Ces associations influentes ont également contribué à encourager le développement des infrastructures, établissant un lien entre tourisme et développement régional, et laissant une place à l'initiative des acteurs locaux. Progressivement, le tourisme n'est plus seulement une manne dont on bénéficie, mais aussi un flux que l'on organise et une construction projective dans laquelle les représentations que les acteurs ont de leur territoire jouent un rôle déterminant. C'est pourquoi le développement du tourisme ne peut être pensé sans analyser son articulation avec les grandes activités qui organisent et structurent le territoire.

- **L'ancrage du tourisme dans le réseau complexe des activités qui structurent le territoire**

Sur les sites de Laponia et de Pyrénées-Mont Perdu, l'agro-pastoralisme, les industries, la conservation de la nature et le tourisme sont des activités qui constituent un réseau complexe d'interactions, participant à configurer les formes actuelles du tourisme. J'ai montré en deuxième partie que le tourisme s'inscrit pleinement dans ce « *nexus* », c'est-à-dire dans des liens très étroits avec les autres activités qui se développent sur le territoire.

Si dans les deux cas le tourisme présente des articulations complexes avec toutes les dimensions du développement local, j'ai observé un lien privilégié avec la conservation de la nature. Dans les deux régions, les paysages naturels peu aménagés par l'homme constituent une force d'attraction de premier plan dans la fréquentation touristique. Le tourisme lié à la pratique de la randonnée et de l'immersion dans la nature est donc préférentiellement associé à ces régions, et particulièrement soutenu dans le cas de la Suède par l'ancrage d'une culture de la nature et de la vie en plein air (*friluftsliv*) et de l'accès aux aires naturelles pensé comme un droit fondamental et universel. Même dans le cas très spécifique du tourisme de Gavarnie, largement assimilé à une activité de masse, ce lien étroit avec la protection d'un monument naturel persiste. Au-delà de ce rapport dialectique entre tourisme et aires protégées, mes résultats mettent en évidence des agencements beaucoup plus complexes avec les diverses activités qui façonnent l'espace, le maillent, l'ouvrent et

le ferment successivement à la fréquentation touristique. Là encore, l'approche historique donne un éclairage précieux, qui permet de mieux comprendre la nature de ces liens : ils se manifestent notamment autour de la question de l'accessibilité des sites, de la dynamisation économique de la région par le développement d'activités industrielles - notamment grâce à leurs apports du point de vue du développement des infrastructures pour le tourisme - et des transformations récentes qui touchent à l'élevage et qui favorisent la diversification des activités.

Dans les deux sites étudiés, on peut observer la prégnance de ces dynamiques complexes et entremêlées. Dans Laponia, le développement des industries extractives a favorisé le déploiement du réseau ferré et l'accès au nord pour les touristes. L'exploitation hydroélectrique de la région a conduit à l'ouverture de la route principale traversant aujourd'hui le site Laponia d'est en ouest, et qui permet l'accès direct des touristes à cette zone de montagnes. Le déneigement quotidien de cette route en hiver est d'ailleurs aujourd'hui opéré pour permettre un accès constant aux infrastructures hydroélectriques (barrages et stations de distribution de l'électricité), permettant aux touristes, aux gestionnaires des stations touristiques et aux éleveurs d'y circuler à cette saison. Cet avantage a permis à la station de Stora Sjöfallet d'ouvrir toute l'année depuis 2011. Deux des stations touristiques majeures du site ont été mises en fonction grâce à l'utilisation des bâtiments de l'entreprise ayant piloté la construction des barrages. Dans le site pyrénéen, l'organisation des ces liens entre les diverses activités locales et le tourisme prend d'autres formes, mais la logique d'une profonde interactivité est similaire. On a vu notamment que les revenus liés à la production électrique permettent d'injecter des richesses localement pour développer les infrastructures touristiques, et notamment pour maintenir l'activité de la piste de ski alpin de Gavarnie. L'influence des activités dans la périphérie du site, et en particulier la forte fréquentation de Lourdes, a également constitué un moteur de la fréquentation touristique de Gavarnie.

- **La labellisation Unesco mixte : un pas vers la prise en compte de la complexité du patrimoine local ?**

Les critères naturels et culturels qui ont présidé au classement des deux sites s'efforcent de prendre en compte la complexité des articulations entre les activités humaines - le pastoralisme - et les caractéristiques naturelles exceptionnelles des deux régions. Dans leur classement par l'Unesco, apparaissent simultanément la reconnaissance de la culture et des populations habitant les aires protégées d'un côté, et le fait touristique et ses apports possibles au développement de l'autre. C'est reconnaître doublement les activités humaines : à la fois à travers la place des populations dans la gestion des territoires compris dans les aires protégées et dans leurs liens étroits aux paysages, mais aussi à travers l'intérêt du développement touristique pour ces populations locales. En somme, à

travers ce classement Unesco, de nouvelles conceptions du rapport tourisme – nature et conservation du patrimoine sont susceptibles d’être prises en compte, laissant davantage de place aux populations locales et à leurs liens aux régions. Il s’agit de ce point de vue d’une évolution de la vision de la conservation des sites, pour laquelle la labellisation s’efforce d’aménager des articulations possibles avec le tourisme.

Pour les porteurs du projet et plus largement pour les acteurs locaux les plus concernés, l’articulation est néanmoins difficile dans la pratique : il faut combiner un discours positif sur le développement et sur le tourisme avec des formes de méfiance et de prudence vis-à-vis des transformations qui touchent les paysages et les pratiques. Dans ce contexte, la labellisation doit être appréhendée comme un processus dynamique, qui engage bien plus que le seul classement des sites, mais aussi toutes les négociations qui le précèdent et lui succèdent. J’ai montré à travers la mise en parallèle des deux études de cas que la labellisation s’inscrit en effet dans une longue histoire d’accommodation puis de négociation des acteurs locaux avec le phénomène touristique. De plus, elle crée un cadre qui fait évoluer les visions et les positionnements des acteurs par rapport aux enjeux de développement. L’explicitation des points de vue des acteurs impliqués dans ces processus est donc un moment porteur d’une dimension particulière, et intéressante à observer, car on sort d’une simple adaptation au phénomène pour penser davantage le tourisme.

- **Un label perçu à travers ses liens au tourisme, peu effectifs en réalité**

L’un des résultats importants de mon analyse est que les divers discours locaux font ressortir le Patrimoine mondial comme largement associé à une image de marque. Cette conception du label du Patrimoine mondial est commune, quelles que soient par ailleurs les opinions sur son intérêt ou non pour les régions qui en bénéficient. Il n’est pas perçu *a priori* comme un outil de transformation, mais plutôt comme une forme de valorisation de ce qui s’est passé avant, de l’histoire de la région. Pourtant, ses effets sur la gouvernance des sites sont relativement directs, alors que les effets sur l’évolution du tourisme entrent dans un mouvement de plus long terme, et plus ambigu.

Quinze ans après le classement des deux sites, on peine ainsi à observer les conséquences effectives de la labellisation, tant sur les pratiques que sur l’offre touristique. Le tourisme est donc un argument qui pèse en faveur de l’engagement dans la labellisation, et pourtant, à son obtention, le label est peu utilisé et mobilisé dans les faits à ce dessein, et les projets marquant une inflexion dans l’organisation du tourisme sont rares. Cet usage est en effet ralenti par la prévalence d’autres transformations déjà à l’œuvre, vis-à-vis d’autres enjeux, et en particulier celui de la gouvernance des sites.

La labellisation Patrimoine mondial active les représentations d'un idéal de développement touristique, l'idée d'un tourisme plus proche des préoccupations locales, et que pourtant les acteurs locaux peinent à raccrocher à leur expérience concrète. Sur les deux sites en effet, on constate que les pratiques touristiques s'inscrivent au contraire davantage dans le prolongement de ce qu'elles étaient avant le classement des sites. Dans les Pyrénées en effet, on voit très bien que les deux grandes tendances du tourisme local, reprises dans les discours locaux à travers les figures du touriste et du montagnard, continuent à caractériser les formes majeures du développement de l'activité. Le tourisme local est toujours profondément structuré par la combinaison entre d'un côté un tourisme lié à l'expérience du cirque de Gavarnie, et de l'autre, un tourisme plus engagé lié à l'expérience de la haute-montagne. En Laponie, on constate aussi que la forte tradition locale de tourisme de nature, caractérisée notamment par une grande autonomie des touristes, continue à marquer le tourisme local.

On remarque également ce patinage de la mise en gestion du site à travers la question de la gestion du tourisme: lors des enquêtes de terrain étalées dans le temps, en particulier pour le site Laponia (2008 à 2011), et sur deux saisons pour Pyrénées-Mont Perdu (hiver 2010 puis été 2010), on observe que le label du Patrimoine mondial était relativement peu utilisé dans la promotion des régions. Cependant, les enquêtes répétées dans Laponia ont permis de mettre en exergue une tendance allant vers une information et une promotion de plus en plus présente sur le terrain quant au Patrimoine mondial. Finalement, les dernières missions en 2011 mettent en lumière un tournant : l'information et la promotion des valeurs du site classé s'instituent dans le cadre de projets concrets de sensibilisation des touristes aux enjeux du Patrimoine mondial sur le terrain : naturum, antennes d'information, et même projet d'un label pour les activités touristiques. Dans les deux cas, on remarque que ce glissement progressif vers la valorisation du site Unesco se fait davantage par les grosses structures de promotion du tourisme, pilotées par les collectivités locales, alors que les structures principalement actrices du développement touristique sur le terrain se saisissent relativement peu de ce label, même si elles y voient souvent un atout pour la région du point de vue de son rayonnement touristique.

Ainsi, lorsque l'on s'intéresse aux évolutions récentes du tourisme, telles que décrites en particulier par les acteurs locaux, il est loin d'être évident qu'elles soient davantage imputables à des transformations induites par le classement de la région, qu'à une évolution tendancielle du phénomène, qui se serait produite tout pareillement même si le site n'avait pas été inscrit.

On peut donc mettre en lumière un paradoxe lié à l'idée d'un tourisme idéal qui émerge en lien avec la labellisation Unesco : s'il existe dans les discours, le touriste idéal disparaît dans la pratique, car les

acteurs cherchent davantage à reconstruire la figure du touriste idéal à l'échelle globale qu'à travers leur propre expérience. D'où l'intérêt de se pencher sur les formes de promotion touristique des sites, qui tendent à effacer cette segmentation et à essayer de reconstruire une image plus équilibrée, articulant tourisme et développement local en donnant dans les faits une place plus centrale au tourisme.

Cette tension entre la projection vers un développement équilibré s'appuyant sur un idéal-type du touriste, et l'expérience concrète du contact avec les touristes, est particulièrement vivace pour les éleveurs. Ceux-ci sont institués par la labellisation comme des incarnations de l'ancrage au territoire et des activités réputées traditionnelles à l'origine de l'exceptionnalité du site. A ce niveau, d'autres phénomènes, d'autres tensions peuvent être observés. Entre assignation identitaire et développement d'une pluri-activité incluant le tourisme comme source de revenus, les éleveurs doivent gérer simultanément les transformations de leur activité et leur image vis-à-vis des visiteurs. Au-delà de l'approche quelque peu fixiste en ce qui concerne les pratiques d'élevage qui prévaut dans le processus de labellisation, ils essaient de définir ce qu'ils sont, tout en bénéficiant de la dynamique touristique.

De ce point de vue, la façon dont les éleveurs investissent les arènes associées à la gouvernance des sites labellisés présente, pour les deux régions, un contraste saisissant. Dans le cas de Laponia, les éleveurs se sont appropriés ces arènes en leur donnant une fonction politique, en lien très direct avec les revendications liées à la reconnaissance de leur identité samie. Cette forme de prise de pouvoir donne lieu à la construction de projets touristiques nouveaux, prenant davantage en compte la culture samie et les pratiques d'élevage (tel que l'illustre par exemple le cas de la gestion du tourisme autour du Padjelantaleden par l'association samie *Badjelanta Laponia Turism*). Dans Laponia donc, les Samis étaient déjà structurés politiquement pour se saisir de cette opportunité, et souhaitaient s'approprier davantage les leviers du développement local. Ils existaient préalablement en tant que groupe, par leur rapport au territoire et par la conscience politique d'être un groupe. Concrètement, on voit donc au terme des quinze ans post labellisation un mouvement au niveau des activités touristiques : ils investissent le champ touristique comme une traduction concrète de cette prise de pouvoir.

Dans le cas de Pyrénées-Mont Perdu en revanche, les éleveurs se sont peu appropriés les enjeux de la labellisation, considérée comme éloignée de leurs préoccupations. Ils sont restés relativement en retrait face à la cristallisation d'un conflit très fort lié à une forme de résistance d'une partie de la population (en particulier les habitants de Gavarnie vivant majoritairement du tourisme) contre ce qui est perçu comme l'imposition de contraintes par le label et qui a contribué à la paralysie du

processus pendant de longues années. Les acteurs semblent aujourd'hui sortir de ce blocage pour reprendre un processus de négociation autour de la gestion du site, sans pour autant que l'articulation entre élevage et développement touristique s'en soit trouvée transformée.

- **Les labellisations Unesco sont des processus dynamiques au sein desquels les visions évoluent**

Mon travail contribue donc à réévaluer la dimension politique de la gestion des sites classés Patrimoine mondial. Le label Unesco témoigne d'une évolution des conceptions de la conservation de la nature. A ce sujet, la thèse met tout d'abord en évidence la tension intrinsèque à la labellisation sur critères mixtes, entre valorisation de la continuité de pratiques considérées comme singulières et exceptionnelles, et encouragement au développement, l'activité touristique étant implicitement considérée comme l'une des seules permettant un développement harmonieux, si elle est bien maîtrisée. Entre fixité et mouvement, la notion de Patrimoine mondial et les dispositifs de gouvernance qui y sont associés ouvrent un espace de confrontation des points de vue et des représentations sur ce qui doit rester et sur ce qui peut changer, tout en plaçant l'agro-pastoralisme au cœur de cet espace.

L'intégration de cette vision portée par le cahier des charges de la labellisation conduit leurs porteurs, au stade de l'émergence des projets, à faire évoluer leurs représentations et leurs discours. Cette évolution s'opère sous l'effet d'une pression, qui émane de la communauté samie dans le cas de Laponia, reposant sur des revendications visant à la reconnaissance et au respect de la culture samie, et d'un recadrage du dossier de candidature selon les prérogatives de l'Unesco par l'association porteuse du projet dans Pyrénées-Mont Perdu.

Ces situations montrent que localement, les longs processus de négociations et de conflits qui se jouent après la labellisation des sites inhibent la mise en place de la gestion du site en tant qu'une nouvelle entité : dans un cas, Laponia, prévaut la nécessité de décider et de réorganiser la gouvernance, en incluant les Samis, dans l'autre cas, Pyrénées-Mont Perdu, les profonds conflits qui émergent dans le cadre des oppositions quant au maintien ou non du festival de Gavarnie ont bloqué tout le processus de négociations.

L'organisation collective des éleveurs joue un rôle central dans leur participation à la définition des enjeux dans ce contexte. Dans le cas où elle est fondée sur des critères professionnels, la prise en compte de la diversification des activités des éleveurs, comme la participation à un projet de développement fondé en partie sur les pratiques touristiques, semble difficile. En revanche, la préexistence d'une démarche politique fondée sur une pensée de l'autochtonie et de ses

implications contribue à construire des ouvertures pour l'articulation entre élevage et tourisme. Elle contribue aussi à instituer le touriste en témoin dans la lutte pour la reconnaissance d'un mode de vie, sur des territoires où interviennent des luttes historiques et des rapports de force, notamment entre industrie et pastoralisme.

Les négociations et conflits qui se jouent en particulier post labellisation amènent les acteurs à évoluer sur leurs positions, et à expliciter des points de vue soit pour s'opposer au processus, soit pour l'intégrer.

La thèse contribue à mettre en évidence un écart entre les représentations *ex situ* telles qu'elles apparaissent dans le cahier des charges, et l'expérience locale : la vision du tourisme comme instrument indirect de protection du patrimoine, *via* les ressources apportées aux populations locales et *via* la sensibilisation des touristes à la conservation du patrimoine, se confronte localement à une diversité de représentations. Celles qui président au lancement des candidatures, dans nos deux cas, envisagent la labellisation au moins autant comme outil de valorisation, notamment touristique, que comme outil de protection. Par ailleurs, le développement touristique est envisagé localement en prenant en considération, au delà de l'articulation avec l'agro-pastoralisme, un ensemble d'activités auxquelles les pratiques touristiques sont inextricablement liées depuis leur émergence.

Certes, le label mixte opère un recentrage de la représentation des paysages locaux vers une vision plus holistique, à travers la prise en compte de critères culturels. Les valeurs associées au tourisme dans le cadre du patrimoine mondial tendent souvent vers l'idée d'un tourisme de qualité, c'est-à-dire décrit à travers la vision d'une activité de petite échelle, et des pratiques renvoyant à l'expérience des richesses de la région. Néanmoins, il est difficile d'affirmer s'il s'agit là d'une représentation renforcée par le label, ou plus généralement d'une représentation très classique liée à l'idée d'un développement idéal du tourisme. Dans la réalité, on ne peut pas apporter les preuves de l'utilisation concrète du label à cette fin, et on constate au contraire que le tourisme tel qu'il se développe s'inscrit davantage dans une continuité historique, c'est-à-dire dans les traditions touristiques locales.

Ma recherche s'inscrit dans une anthropologie du tourisme, qui envisage le phénomène touristique et l'expérience touristique en tant qu'ils contribuent à reconfigurer les rapports sociaux. J'ai tenté, au cours de cette thèse, de contribuer à l'effort scientifique d'identification des articulations entre tourisme, conservation de la nature et développement. Ces articulations se construisent à différents niveaux : à l'échelle du territoire, à celle des acteurs et, singulièrement dans le type de configurations auxquelles nous nous sommes attachés, à celle des éleveurs. La valorisation et les pratiques du

tourisme de nature sont susceptibles de modifier l'équilibre entre les différentes formes de développement présentes sur un territoire faisant l'objet de mesures de conservation. En ce sens, appréhender « par le bas » le tourisme sur un territoire labellisé permet de dépasser une conception bilatérale des relations tourisme-environnement, mais également de montrer que les configurations locales du phénomène touristique s'appuient sur une nature socialisée, sédimentée et politisée encore plus complexe que celle que vise à décrire la notion de paysage culturel, centrée sur les pratiques agro-pastorales. L'effort d'appropriation fourni par les acteurs locaux tend en effet à articuler une pluralité de dimensions de l'expérience du territoire, qui englobent la totalité des activités qui le structurent. C'est une réalité plus complexe à laquelle se confronte la population, faite de changements profonds, qui ne sont pas forcément pris en considération dans les conceptions sur lesquelles reposent les labels.

C'est cette rencontre entre une conception générale des productions culturelles et patrimoniales, appréhendées comme le résultat de pratiques et au travers de leur résultante paysagère, et une expérience de vie que traversent les rapports de force propres à chaque territoire, que j'ai exploré dans cette thèse.

Liste des Cartes

Carte 1. Localisation des sites Laponia et Pyrénées-Mont Perdu en Europe (sites en jaune).....	11
Carte 2. Le site Laponia et mes principales zones d'enquêtes ethnographiques.....	12
Carte 3. Le site Pyrénées-Mont Perdu et les principales zones d'enquêtes ethnographiques.	13
Carte 4. Les biens inscrits sur la Liste du patrimoine mondial en 2013.....	16
Carte 5. Territoire des districts de Gällivare et de Jokkmokk et principales zones d'immersion sur le terrain. Source : Revelin (2013), modifié d'après gis.ist.se et Laponia.nu	27
Carte 6. Refuges gérés par le Club alpin français et d'autres gestionnaires dans la périphérie française du site Pyrénées-Mont Perdu. Source : Revelin (2013), modifié d'après pnp.fr.....	113
Carte 7. Aménagements de STF dans les montagnes lapones dans la zone du site Laponia (2012) ...	120
Carte 8. Périmètre du Pays Toy (partiellement compris dans le site du Patrimoine mondial inscrit en 1997-1999) et principaux passages naturels vers le versant sud par les crêtes.	130
Carte 9. Etapes de la construction de la route entre Lourdes et Gavarnie.	137
Carte 10. Principaux aménagements hydroélectriques à Gèdre et localisation de la station de ski alpin à Gavarnie. Source: Revelin (2013), modifiée d'après IGN, Unesco.org.	154
Carte 11. Parc national des Pyrénées : zone cœur et zone d'adhésion. Source : parcsnationaux.fr..	158
Carte 12. Région de Sápmi en Fennoscandie et répartition des quatre principaux groupes ethnolinguistiques samis. Source : norden.org.....	170
Carte 13. <i>Sameby</i> (communautés d'éleveurs de rennes) du Norrbotten, Suède. Source: Landstyrelsen, 2012.	179
Carte 14. Carte des <i>sameby</i> (communautés d'éleveurs de rennes) du Norrbotten (région nord de la Suède), traversés par la voie ferrée construite en 1902 et permettant le transport du minerai extrait dans la mine de Kiruna et les deux mines de Gällivare. Certains <i>sameby</i> du Norrbotten sont également recouverts par les territoires des parcs nationaux et des réserves naturelles compris dans Laponia et traversés par deux célèbres sentiers de randonnée. Source : Revelin (2013), modifiée d'après gis.ist.se et laponia.nu.	190
Carte 15. Localisation des trois activités présentées comme « incongrues » par le rapport d'évaluation de l'UICN au moment du classement du site. 1) la route du col des Tentes, 2) la route et le parking du cirque de Troumouse et 3) le festival de théâtre annuel sur le plateau de la Prade à Gavarnie. Source : Revelin (2013), modifié d'après Poussard, ARPE, 2001. ...	218
Carte 16. La réserve naturelle de Sjaunja, premier site proposé à la labellisation en 1990, dans l'actuel site de Laponia, inscrit en 1996. Revelin (2013), modifié d'après Laponia.nu.....	242
Carte 17. Itinéraire de l'Inlandsbana de Kristinehamn à Gällivare, voie ferrée reliant le nord au sud de la Suède par l'intérieur des terres suédoises, et empruntée par le train touristique. Source : inlandsbanan.se.	324
Carte 18. Stations de montagne et sentiers de randonnée de Laponia. Revelin (2013), modifiée d'après Laponia.nu.....	342

Liste des Photos

Photo 1. Station touristique de Saltoluokta en Laponie suédoise, le 26 juin 2008. Photo : F. Revelin. ...1	1
Photo 2. Eleveurs samis et leurs troupeaux de rennes lors d'un marquage des faons à Sittas, Suède. Photo : F. Revelin	9
Photo 3. Eleveur pyrénéen et son troupeau de moutons estivé dans la vallée de Héas, France. Photo : F. Revelin.....	10
Photo 4. Salle principale du gîte <i>le Gypaète</i> à Gavarnie (France), aménagé dans une ancienne grange rénovée. Des touristes sont attablés et discutent en attendant le repas du soir. Photo : F. Revelin.....	32
Photo 5. Une employée saisonnière à la réception de la station de Stora Sjöfallet, Suède. Photo : F. Revelin.....	33
Photo 6. Extrait du poème <i>Dieu</i> de Victor Hugo imprimé sur un panneau d'information sur le chemin pédestre du cirque de Gavarnie, 2010. Photo : F.Revelin.....	89
Photo 7 & 7 bis. Statue du Pyrénéiste Henri Russell (1834-1909) à l'entrée du village de Gavarnie. Photo : F. Revelin.	89
Photo 8 & 8 bis. Photo issue du blog d'un touriste à la porte du <i>Kungsleden</i> à Abisko, 2011 ; photo issue du blog d'un touriste sur une randonnée en 1998, porte du <i>Kungsleden</i> à Kvikkjokk.	119
Photo 9. Impression au sol du tracé du <i>Kungsleden</i> et de ses principales étapes entre Abisko et Kvikkjokk, dans un couloir de l'auberge de jeunesse d'Östersund, 2012. Photo : F. Revelin.	121
Photo 10. Arrivé des vaches aragonaises depuis le versant espagnol après 4 jours de transhumance. Photo : F. Revelin.	133
Photo 11. & 11 bis. Panneau des sanctuaires de Lourdes invitant les pèlerins à boire l'eau de la source et à s'y laver ; Pèlerins se recueillant devant la grotte de Lourdes. Photo : F. Revelin.	140
Photo 12. Hôtellerie du cirque, été 2010. Photo : F. Revelin.	144
Photo 13. Vue sur le cirque et sa célèbre cascade depuis l'hôtellerie, été 2010. Photo : F. Revelin. .	145
Photo 14. Sortie pédagogique accompagnée par un agent du parc national sur le thème de la faune sauvage dans la vallée d'Ossoue. Photo : F. Revelin.....	162
Photo 15. Panneau d'information sur la réglementation en vigueur dans l'enceinte du parc national, à destination du public, dans le cirque d'Estaubé. Photo : F. Revelin.....	162
Photo 16. Troupeau de rennes dans leurs pâturages d'été dans les montagnes de Padjelanta. Photo : F. Revelin.....	177
Photo 17. Rennes creusant la neige dans leurs pâturages d'hiver pour atteindre les lichens. Photo : S. Roturier.	177
Photo 18. Train de la compagnie LKAB, transportant le minerai de fer depuis Gällivare et Kiruna vers le port de Narvik en Norvège. Cette photo est prise à la gare d'Abisko en 2010, sur le passage de la ligne Luleå-Narvik construite en 1902. Près de la gare se trouve une station touristique STF desservie par un autre arrêt (photo ci-dessous), et où de nombreux touristes arrivent aujourd'hui directement en train depuis Stockholm. Photo : F. Revelin.....	183

- Photo 19. Touristes descendant du train en provenance de Stockholm à l'arrêt "Abisko turistsation", c'est-à-dire l'arrêt spécifique pour la station de tourisme dans la petite localité d'Abisko. Photo : hemserver.se, consulté en juin 2013.....183
- Photo 20. Vue sur le barrage de Suorva depuis le parc national de Stora Sjöfallet. On aperçoit une éolienne installée sur le barrage, qui est une éolienne pilote servant à tester cette technologie dans un environnement arctique. Photo : F. Revelin.....186
- Photo 21. Barrage de Suorva, dans le parc national de Stora Sjöfallet. Cette zone du parc a été déclassée au moment de la construction du barrage. Photo : F. Revelin.....187
- Photo 22. Panneau touristique datant de 1946, installé par STF dans le parc national de Stora Sjöfallet. Photo : F. Revelin.188
- Photo 23 & 23 bis. Lennart guidant des tours avec des rennes dans la toundra de sa région. Photos : site internet pathfinder.se (consulté en mars 2011), anciennement dédié à la promotion cette activité touristique, aujourd'hui terminée.....195
- Photo 24 Agriculteurs fauchant à la main les pentes voisines de la maison de l'ancien maire de Gavarnie, à la sortie du village en direction du cirque, été 2010. Photo : F. Revelin.....211
- Photo 25. Scène et public du festival de théâtre de Gavarnie face au cirque. Un acrobate réalise une performance de mâât chinois en première partie du spectacle, devant le coucher de soleil sur le cirque. Suivra une représentation de deux heures de « La reine Margaux », spectacle joué l'été 2010. Photo : F. Revelin.222
- Photo 26. Installations temporaires pour le festival de théâtre en plein air. Été 2010, sur le plateau de la Prade à Gavarnie. Photo: F. Revelin.223
- Photo 27. Exemples de publicités autour de l'image du père Noël et des rennes dans la ville de Rovaniemi, Finlande. Photo : F. Revelin.....256
- Photo 28. Réunion des divers acteurs de Laponia lors du vote du plan de gestion et du comité de pilotage de Laponia, à Stora Sjöfallet, les 22 et 23 août 2011. Photo : F. Revelin.262
- Photo 29. Michael Teilus lors de son investiture comme nouveau président du Conseil d'administration de Laponia, à Stora Sjöfallet, août 2011. Photo : F. Revelin.263
- Photo 30. "Biernatjåhkkå", le « sommet de l'ours », photo prise par Per-Erik pour montrer combien les toponymes samis traduisent une lecture des paysages locaux. Photo : Per-Erik K.268
- Photo 31. Visite du lieu choisi pour le futur naturum avec les membres ayant participé à la réunion d'institution du nouveau Conseil d'administration de Laponia, le 23 août 2011. Une chargée de projet nous présente les plans de travaux. Derrière elle, on distingue les petites cascades de Stora Sjöfallet. Photo : F. Revelin.273
- Photo 32. La construction du naturum est prévue pour 2014, près de la station touristique et hydroélectrique de *Stora Sjöfallet*, accessible par la route 93 menant au cœur du site Laponia et en bordure du lac artificiel de *Langas*. Photo : F. Revelin.273
- Photo 33. Promeneurs sur le chemin du cirque, de retour vers le village. Été 2010. Photo : F. Revelin.287
- Photo 34. Départ d'une cordée d'escalade sur glace sur une cascade près de Gavarnie. Hiver 2010. Photo : F. Revelin.288
- Photo 35. Promeneurs traversant le village en direction du chemin du cirque de Gavarnie. Photo : F. Revelin.....293
- Photo 36. Promeneurs en direction de la cascade du cirque de Gavarnie, en zone293

Photo 37. Paysage des montagnes lapones enneigées. Au premier plan, une croix de balisage des itinéraires de randonnée et de motoneige. Source: site Visit Gällivare Lapland, avril 2013.	314
Photo 38. Camions miniers transportant le minerai à Aitik, mine à ciel ouvert de Gällivare. Source: site Visit Gällivare Lapland, avril 2013.	314
Photo 39. Touristes et personnel de LKAB lors d'une visite de la mine. Source: photo de Gällivare Taxi.	317
Photo 40. Vue satellite du gouffre au dessus de la mine de Malmberget, district de Gällivare, source : www.maps.google.fr , mai 2013.	318
Photo 41. Vue sur la montagne de Dundret depuis la ville de Gällivare. Source: panoramio.com/SnowmanS , 2010.....	320
Photo 42 & 44 bis. Le soleil de minuit depuis Dundret et le bus de l'excursion, images dans la page Internet de <i>Visit Gällivare Lapland</i> pour présenter l'offre du « <i>Midnightsun tour</i> ». Consulté en avril 2013.....	321
Photo 43. L'Inlansbana, été 2011. Photo : F. Revelin.	322
Photo 44. Touristes de l'Inlansbana lors d'une pause dans un petit café familial près de Jokkmokk. Été 2011. Photo : F. Revelin.	325
Photo 45 & 45 bis. Arrêt de l'Inlandsbana au niveau du cercle polaire, les touristes se prennent en photo devant le panneau indiquant « cercle polaire arctique ». Photos : F. Revelin.	325
Photo 46. Aurore boréale au dessus d'une forêt de pins illustrant le site Internet de <i>Visit Gällivare Lapland</i> . Consulté en avril 2013.	326
Photo 47. Vue sur la montagne d'Áhkká depuis Ritsem, au bout de la route qui mène au cœur de Laponia. Photo: F. Revelin.....	332
Photo 48. Marché Sami d'hiver à Jokkmokk, événement culturel et touristique qui rythme la vie de la communauté depuis 400 ans et où se vendent les productions locales, les objets de la vie ordinaire et l'artisanat sami. Photo : F. Revelin.	333
Photo 49. Course de rennes pendant le marché sami de Jokkmokk de 2011. Lors de cet événement, les Samis portent leurs vêtements traditionnels. Photo : F. Revelin.	333
Photo 50. Stands tenus par des Samis et des Suédois dans une école samie. On voit que des sacs en cuir typiques de l'artisanat sami sont vendus, à côté d'un stand de bijoux tenu par une suédoise. Photo : F. Revelin.	334
Photo 51. Stand de vente de produits locaux (viande de rennes séchée, saucisson d'élan, confiture de <i>hjordron</i> – baie arctique). Photo : F. Revelin.	334
Photo 52 & 52 bis. Objets d'artisanat d'art réalisés par Jon-Tomas Utsi, un éleveur sami, et vendus durant le marché d'hiver de Jokkmokk. Photo. F. Revelin.	335
Photo 53. <i>Lávvu</i> moderne (type de tente traditionnellement utilisée par les Samis pour leurs transhumances), ici fabriquée en grande dimension pour ouvrir un restaurant durant la période du marché. Photo : F. Revelin.	336
Photo 54. Chanteuse samie, vêtue des vêtements traditionnels, donnant un concert de <i>Jojk</i> durant le marché de Jokkmokk en hiver 2011. Photo : D. Vallot.....	337
Photo 55. Entrée du musée Ajjte à Jokkmokk. Photo : F. Revelin.	338

Photo 56. Sur cette photo, on voit côté à côté une <i>kåta</i> traditionnelle et une stuga moderne dans le village sami de Saltoluokta, en contrebas de la station touristique du même nom. Photo : F. Revelin.....	341
Photo 57. <i>Kåta</i> samie, habitat traditionnel en tourbe, à Pietsjaure. Photo : F. Revelin.....	341
Photo 58 & 58 bis. A gauche, les premières infrastructures de la station de Saltoluokta en 1912. Source : Svenskaturistföreningen år bok. A droite, le bâtiment principal de la station de montagne de Saltoluokta en hiver 2009. Photo : F. Revelin.	343
Photo 59. Vue sur le soleil de minuit depuis l'auberge principale de la station de Saltoluokta. Photo : F. Revelin.....	344
Photo 60. Photographie de l'entrée de l'auberge avec la réception et du salon de lecture près de la cheminée. Source : photo utilisée pour la présentation de la station de Saltoluokta sur le site internet : svenskaturistforeningen.se.	346
Photo 61. Salle de restaurant de la station de Saltoluokta. Photo, F. Revelin.	349
Photo 62. Pause café (<i>fika</i> en suédois) du groupe de la formule « semaine des solitaires », guidé par Matti, au premier plan à droite, été 2008. Photo : F. Revelin.....	352
Photo 63. Randonneurs devant la station de Saltoluokta dans les années 1950. Source : photo présentée dans la station de Saltoluokta.....	353
Photo 64. Un salon de la station de Kvikkjokk, admiré par un touriste. Photo : Willy B.	354
Photo 65. Per, le gardien du refuge de Låddejåhka (sentier du Padjelantaleden) rechargeant le seau d'eau potable à un ruisseau naturel, aménagé pour faciliter la récupération de l'eau. Photo : Willy B.	355
Photo 66. Pièce centrale typique des refuges STF, que les touristes gèrent en autonomie. Le poêle à bois est alimenté par les touristes. Ils doivent également s'alimenter en eau potable en la recueillant dans les rivières grâce aux seaux que l'on voit au-dessus de la case pour le bois, et se débarrasser des eaux usées entreposées dans les seaux au sol. Photo : Willy B.	355
Photo 67. Bâtiment principal de la station de Ritsem. Photo : F. Revelin.	359
Photo 68. Le bus attendant les passagers à la station de Ritsem, pour les conduire vers Gällivare. On voit les divers bâtiments de la station touristique, et les structures encore utilisées par Vattenfall. Photo : F. Revelin.....	360
Photo 69. Station d'essence et bâtiment principal de Stora Sjöfallet. Photo : F. Revelin.	362
Photo 70. & 72 bis. Boutique d'appoint à la station de Stora Sjöfallet. A gauche, quelques produits alimentaires et friandises de base. A droite, des objets d'artisanat sami. Photo : F. Revelin	364
Photo 71 et 71 bis. Panneau à l'entrée et restaurant de Stora Sjöfallet, nommé le restaurant Laponia ; Photo : F. Revelin.....	364
Photo 72. Un éleveur sami vient de réaliser sa marque dans l'oreille d'un de ses faons lors d'un marquage de rennes à Sittas, été 2008. Photo : F. Revelin.....	366
Photo 73. Refuges d'Árasluokta, près du village sami du même nom et sur l'itinéraire du Padjelantaleden. Photo : Finn J.....	371
Photo 74. Le drapeau sami flotte à l'entrée du chalet principal où se trouve la petite boutique de dépannage. Photo : Finn J.	371
Photo 75. Bâtiment principal de la station de Staloluokta. Photo : F. Revelin	372

- Photo 76. Omble chevalier fumé, pêché par un Sami dans le lac Virijaure, et préparé pour être vendu aux touristes (50sek, soit 6 euros environ). Photo : F. Revelin375
- Photo 77. Omble chevalier frais, accompagné d'une galette de pain, acheté à des Samis par Willy, touriste belge, durant sa randonnée en 2011. Photo : Willy B.375
- Photo 78. Cuisson traditionnelle du pain dans une *kåta* samie. Photo : Willy B.....376
- Photo 79. Panneau indiquant la boutique de Staluolukta, à environ une centaine de mètres de la station touristique. Le panneau indique que l'on peut acheter de la viande de rennes séchée (*torkat renkött*), des galettes de pain (*glödkaka*), et du poisson (*fisk*). Photo : F. Revelin. ..377
- Photo 80 & 80 bis. A gauche, Laila, guide Samie, lors d'une sortie en forêt avec des touristes. A droite, Laila et une touriste partageant un moment de vie quotidienne, la préparation du repas, dans la cuisine d'été de Laila près de sa maison de Saltoluokta. Photo : F.Revelin.392
- Photo 81. Les rennes courent en rond dans le corral lors du marquage, alors que les éleveurs placés au centre les attrapent au lasso. Photo : F. Revelin.....393
- Photo 82. Les troupeaux de rennes repartent dans la montagne à la fin du marquage. Un spectacle que les éleveurs comme les spectateurs extérieurs prennent le temps d'admirer avant de partir. Photo : F. Revelin.393
- Photo 83 & 83 bis. Marquage de rennes à Sittas : certains éleveurs utilisent encore le lasso pour attraper les rennes (à gauche), alors que d'autres utilisent une perche (à droite). Photo : F. Revelin.....394
- Photo 84. Panneau d'information à l'entrée de la station touristique de Saltoluokta, indiquant le café sami de Pietsjaure à 6 km. Le panneau est présenté sur fond de drapeau sami, et indique qu'il est aussi possible de louer des chalets, des embarcations, ou de prendre le bateau jusqu'à Sarek. Photo : F. Revelin.401
- Photo 85. Pietsjaure, village d'été où une famille d'éleveurs samis ouvre un café chaque été pour vendre ses productions et loue des chalets modernes en bois (à droite sur la photo). Photo : F. Revelin.....401
- Photo 86. Café sami de Pietsjaure. Photo : F. Revelin.....402
- Photo 87 & 87 bis. Dans le café Sami de Pietsjaure, à gauche, la cuisine où sont servis des mets traditionnels issus de la production de la famille qui tient le café, ce jour-ci de l'omble chevalier fumé, servi avec une galette de pain. A droite, des objets d'artisanat à vendre à des touristes. Photo : F. Revelin.....402
- Photo 88. Location des montures dans le village de Gavarnie. Photo : F. Revelin.....408
- Photo 89. Image utilisée par le site Internet de l'office de tourisme de Lourdes pour promouvoir Gavarnie. Source : www.lourdes-infotourisme.com, 2012.....409

Liste des Figures

Figure 1. Les deux brochures touristiques donnant les informations de base sur les sites du Patrimoine mondial de Laponia (à gauche) et de Pyrénées Mont-Perdu (à droite), distribuées dans les offices de tourisme sur les deux sites et dans les « Maisons du Parc national des Pyrénées » pour le second site.	7
Figure 2. Synthèse des périodes de terrain dans les deux sites entre 2008 et 2012.	24
Figure 3. Exemple de choix des périodes de terrains (2010) en fonction de la fréquentation touristique dans le site Pyrénées-Mont Perdu (2009). Source : Statistiques de 2009 communiquées par les offices de tourisme (O.T.) de Gavarnie et de Gèdre.	25
Figure 4. Points rencontres entre des agents du Parc national des Pyrénées et des touristes pour observer des isards (<i>Rupicapra pyrenaica</i>). Photo : F. Revelin. Carte : Revelin (2013), d'après pnp.fr.	36
Figure 5. Chiffres réels des flux internationaux de tourisme de 1950 à 2010 et projection des évolutions à horizon 2030 (comptabilisés en nombre d'arrivées internationales). Source : OMT, 2012.	60
Figure 6. Représentation schématique du tourisme de masse, du tourisme alternatif et de l'écotourisme. Source: Weaver, 2001.	66
Figure 7. Schéma représentant la place du tourisme associé à la nature sauvage. Source: Fennell, 2001.	75
Figure 8. Schéma des enchevêtrements entre écotourisme, tourisme d'aventure et <i>wildlife tourism</i> au sein du tourisme de nature, et principaux éléments de définitions. Source: Hill & Gale, 2009.	76
Figure 9. Les modèles de l'écotourisme, du tourisme durable et du tourisme responsable d'après Russel (2007). Source : Russel, 2007.	77
Figure 10. Les formes du tourisme alternatif selon Wearing & Neil (2009).	77
Figure 11. Première page de la brochure "Grands Sites Midi Pyrénées" distribuée largement dans la périphérie du site Pyrénées Mont-Perdu en été 2010.	87
Figure 12. Affiche d'une auberge STF, sur l'histoire de l'association touristique, des premiers touristes et du rôle de STF dans l'émergence de la fréquentation touristique des montagnes lapones. L'affiche est titrée : "STF en tant que pionnier des montagnes ». Photo : F. Revelin.	90
Figure 13. Couverture de <i>Lapponia</i> (1673) de Johannes Scheffer, édition de 1673.	95
Figure 14. Première page de l'ouvrage <i>Iter Lapponicum</i> (1732) de Carl von Linné, édition de 1732. ..	95
Figure 15. Page 98 l'ouvrage <i>Iter Lapponicum</i> (1732) de Carl von Linné, édition de 1732.	95
Figure 16. Couverture de l'ouvrage de Ramond de Carbonnières : Observations faites dans les Pyrénées pour servir de suite à des observations sur les Alpes (1789).	97
Figure 17. <i>Der Wanderer über dem Nebelmeer</i> (1818) de Caspar David Friedrich. Huile sur toile.	100
Figure 18. <i>Brèche de Rolland</i> (1829) par Justin Jourdan, dans <i>Vues prises des Pyrénées françaises</i> d'Emilien Frossard. Gravure.	101
Figure 19. Cartographie du massif du Mont-Perdu (1874) par Franz Schrader.	102

Figure 20. <i>Le Glacier Jostedal</i> (1840) par Peder Balke. Huile sur toile.	105
Figure 21. <i>Cirque de Gavarnie</i> (vers 1880) par Franz Schrader. Huile sur toile.	107
Figure 22. <i>Cirque de Gavarnie</i> (1781) par François Flamichon.....	109
Figure 23. Logo du Club alpin français. Source : site officiel du CAF, 2011.	113
Figure 24. Plan de la concession du massif du Vignemale demandée par Henri Russel. Source: Cadrat, 1943.	115
Figure 25. Logo de Svenska Turistföreningen (STF).....	117
Figure 26. Carte postale montrant le Pont Napoléon à Saint Sauveur et du début de la route nationale 21 qui conduit à Gèdre et à Gavarnie, début du XX ^e siècle. Source : loucrup65.fr, 2012.	138
Figure 27. Train de pèlerins qui s’apprête à partir de Lourdes, 1906.....	139
Figure 28. Vue satellite du sentier pédestre vers le cirque de Gavarnie depuis le village. Source: Revelin (2013), modifié d'après googleMap.	146
Figure 29. Village d'en bas et village d'en haut à Gavarnie. Photo : F. Revelin.	149
Figure 30. Fréquentation des offices de tourisme de Gavarnie-Gèdre pour l'année 2009. Source : statistiques produites par les offices de tourisme de Gavarnie-Gèdre, 2010.	150
Figure 31. Ouvrage de vulgarisation résultant du dossier scientifique ayant abouti à la l'inscription de Pyrénées-Mont Perdu sur la Liste du patrimoine mondial en 1997. De Bellefon, Clin, Rocamora & Le Nail, 2000. <i>Tres Serol-Mont Perdu, Mémoire d'avenir</i> . Publié par l'association Mont-Perdu-Patrimoine-Mondial.	214
Figure 32. Carte postale de la brèche de Rolland, célèbre monument naturel des Pyrénées centrales permettant le passage entre la France et l'Espagne.	219
Figure 33. La route et le parking de Troumouse, mentionnés dans le rapport d'évaluation de l'UICN (1996) comme l'une des trois activités incongrues. Source : Revelin (2013), modifié d'après google-earth.com, consulté en mai 2013.	220
Figure 34. Les cinq groupes de travail de la délégation Laponia, brochure d'informations distribuée par la délégation de <i>Laponia Processen</i> , recueillie en 2009.	250
Figure 35. Double page introductive de l'article consacré à Laponia dans la Revue du Patrimoine mondial, par Åsa Lindstrand, n°62, février 2012, pp 20-25. Source : http://whc.unesco.org/fr/revue/	264
Figure 36. Articles de la presse locale sur le succès du nouveau conseil d'administration de Laponia, 15 ans après l'inscription du site, le 23 août 2011. A gauche, le <i>Norbottens-Kuriren</i> titre : « La responsabilité de Laponie établie ». A droite, le <i>Norrländska Socialdemokraten</i> titre : « Aujourd'hui a lieu un séminaire dans Laponia ». Sources : <i>Norbottens-Kuriren</i> et <i>Norrländska Socialdemokraten</i> , éditions du 23 août 2011.	265
Figure 37. Page de garde du Plan de gestion officiel de Laponia. Adopté par consensus en août 2011, publié en février 2012. Source : laponia.nu/laponiatjuottjudus , 2013.	267
Figure 38. Système pyramidal de promotion du tourisme en Suède, du niveau national au niveau local.....	310
Figure 39. Brochure distribuée par STF pour la promotion du Kungsleden et des activités touristiques connexes. (Recueillie en 2010).....	327
Figure 42. Staloluokta vu depuis les hauteurs : on remarque que la station touristique avoisine le village sami.....	372

- Figure 43. Brochure distribuée par BLT pour diffuser l'information sur le Padjelantaleden et intitulée : « Padjelanta, les hautes terres ». On remarque que les refuges et la station gérés par BLT sont indiqués en rouge, avec l'information associée, alors que les autres refuges, situés en dehors du parc et gérés par STF sont en noir ; leur noms ne sont pas indiqués. Source : brochure distribuée à l'office de tourisme de Jokkmokk, recueillie en 2011.379
- Figure 44. Jürgen et son appareil à double objectif, article paru dans le revue Turist, 1998.....382

Liste des Tableaux

Tableau 1. Tableau récapitulatif des biens classés sur la Liste du patrimoine mondial en 2013.	5
Tableau 2. Récapitulatif des données générales sur le classement Unesco et les statuts de conservation des deux sites.	8
Tableau 3 & 3 bis. Synthèse des entretiens réalisés auprès d'informateurs locaux dans Pyrénées Mont Perdu et Laponia (* Association « Mont Perdu Patrimoine Mondial », à l'origine de la labellisation du site)	39
Tableau 4 & 4 bis. Synthèse des entretiens réalisés auprès des touristes de Pyrénées-Mont Perdu (2010) et de Laponia (2008-2011).....	42
Tableau 5. Les huit saisons samies d'après Manker, 1963.	176
Tableau 6. Les critères de sélection de Laponia et Pyrénées-Mont Perdu.....	203

BIBLIOGRAPHIE

- Abram Simone, 1997. "Performing for Tourists in Rural France". In Abram Simone, Waldren Jacqueline et Macleod V.L. Donald (dirs.), *Tourists and Tourism – Identifying with Peoples and Places*. Oxford & New York, Berg, pp. 29-49.
- Abram Simone & Waldren Jacqueline, 1997. "Introduction : Tourists and Tourism – Identifying with Peoples and Place". In Abram Simone, Waldren Jacqueline & Macleod V.L. Donald (dirs.), *Tourists and Tourism – Identifying with Peoples and Places*. Oxford & New York, Berg, pp. 1-13.
- Abram Simone, Waldren Jacqueline & Macleod V.L. Donald 1997. *Tourists and Tourism – Identifying with Peoples and Places*. Oxford & New York, Berg, 245 p.
- Babou Igor, 2009. *Disposer de la nature. Enjeux environnementaux en Patagonie argentine*. Paris, L'Harmattan, 210 p.
- Bahuchet Serge, 1979. *Pygmées de Centrafrique : études ethnologiques, historiques et linguistiques sur les Pygmées "BaMbenga" du Nord-Ouest du bassin congolais*, SELAF, Paris.
- Barnett Patricia, 2001. *Press statement and briefing: Why Tourism Concern is cautious about the International Year of Ecotourism*.
- Barrau Jacques, 1985. « A propos du concept d'ethnoscience ». In *Les savoirs naturalistes populaires, actes du séminaire de Sommières*, Paris, Editions de la Maison des sciences de l'homme.
- Baudrillard Jean, 2009 [1970]. *La société de consommation*. Saint-Amand, Folio-Essais, 318 p.
- Beach Hugh, 1981. *Reindeer-Herd Management in Transition. The Case of Tuorpon Sameby in Northern Sweden*. Uppsala, Acta Universitatis Upsalensis, 542 p.
- Beery Thomas Harold, 2011. *Nordic in Nature: Friluftsliv and Environmental Connectedness*. Thèse de doctorat, Université du Minnesota, 151 p.
- Benjaminsen Tor & Svarstad Hanne, 2009. « Qu'est-ce que la "political ecology" ? ». In *Natures, Sciences, Sociétés*, 17: 1, pp 3-11.
- Berdoulay Vincent & Saule-Sorbé Hélène, 1999. « Franz Schrader face à Gavarnie ou le géographe peintre de paysage », *Mappemonde* 55 : 3, pp. 33-37.
- Bertho Lavenir Catherine, 1999. *La roue et le stylo. Comment nous sommes devenus touristes*. Paris, Odile Jacob, 438 p.
- Björnberg-Diot Margareta, 2009. « Jean-François Regnard, Voyage en Laponie ». In Andersson Kajsa (dir.), *L'image du Sápmi*, Göteborg, éditions Humanistic Studies at Örebro University, pp. 94-116.
- Blandin Patrick, 2009. *De la protection de la nature au pilotage de la biodiversité*. Versailles, Editions Quae, 120 p.
- Bobbé Sophie, 2009. « Il était une fois un parc. Histoire de la création du parc national des Pyrénées ». In Larrère Raphaël, Lizet Bernadette & Berlan-Darqué Martine (dirs.), *Histoire des parcs nationaux. Comment prendre soin de la nature ?* Paris, Editions Quae et Muséum national d'histoire naturelle, pp. 95-110.
- Bourdeau Laurent, Gravari-Barbas Maria & Robinson Mike, 2012. *Tourisme et Patrimoine mondial*. Québec, Presses universitaires de Laval, 326 p.

- Boyer Marc, 2002. « Comment étudier le tourisme ? ». In *Ethnologie française*, XXXII, 2002/3, pp. 393-404.
- Boyer Marc, 2005. *Histoire générale du tourisme. Du XVIe au XXIe siècle*. Paris, L'Harmattan, 327 p.
- Breton Jean-Marie, 2004. *Tourisme, environnement et aires protégées (Antilles-Guyane / Haïti / Québec)*. Editions Karthala, 524 p.
- Briffaud Serge, 1994. *Naissance d'un paysage, la montagne pyrénéenne à la croisée des regards (XVIe – XIXe siècle)*. Association Guillaume Moran, Archives des Hautes-Pyrénées, 622 p.
- Briffaud Serge, 1995. « Découverte et représentation d'un paysage. Les Pyrénées du regard à l'image (XVIII^e – XIX^e siècles) ». In Roger Alain, *La théorie du paysage en France*. Seyssel, Editions Champ Vallon, pp. 224-259.
- Briffaud Serge & Davasse Bernard, 2007. *Paysage et politique du paysage dans le massif transfrontalier de Gavarnie/Mont Perdu. Analyse interdisciplinaire pour servir de fondement à la gestion durable d'un bien inscrit au Patrimoine mondial*. Rapport final de recherche pour la Direction de l'architecture et du patrimoine. Ministère de la culture et de la communication. 229 p.
- Brockington Daniel, Duffy Rosaleen & Igoe James, 2008. *Nature Unbound. Conservation, Capitalism and the Future of Protected Areas*. Londres, Routledge, 240 p.
- Buckley Ralf, 2011. "Tourism and environment". In *Annual Review of Environment and Resources*, n° 36, pp. 397-416.
- Büscher Bram et Davidov Veronica, 2013. *The Ecotourism / Extraction Nexus : Rural Realities and Political Economies of (un)Comfortable Bedfellows*, London, Routledge, sous presse.
- Butcher Jim, 2003. *The Moralisation of tourism. Sun, Sand... and Saving the World?* Londres et New York, Routledge, 256 p.
- Cadart Charles, 1943. *La concession Russel du Vignemale*. Bordeaux, Bière, 24 p.
- Cadiou Nathalie et Luginbühl Yves, 1995. « Modèles et représentations du paysage en Normandie-Maine ». In Voisenat Claudie (dir.), *Paysage au pluriel. Pour une approche ethnologique des paysages*, Paris, Editions de la maison des sciences de l'homme, pp. 19-34.
- Caire Gilles, 2012. « A qui profitent les vacances ? ». In *Le monde diplomatique*, juillet 2012, pp. 18-19.
- Candolle (de) Augustin Pyramus, 1999 [1807]. *Voyage de Tarbes. Première grande traversée des Pyrénées, un voyage dans le midi de la France*. Portet sur Garonne, Loubatières, 325 p.
- Carson Rachel, 2003 [1962]. *Silent Spring*. Boston, Houghton Mifflin, 400 p.
- Cassou Jean, 1967. « Du voyage au tourisme ». In *Communications*, n°10, pp. 25-34.
- Cater Erik, 2006. "Ecotourism as a Western construct". In *Journal of Ecotourism*, 5, pp. 23-29.
- Cazès Georges, 1989. *Les nouvelles colonies de vacances ? Le tourisme international à la conquête du Tiers-Monde*. Paris, L'Harmattan, 335 p.
- Ceballos-Lascurain Héctor, 1987. "The future of ecotourism". In *Mexico Journal*, January, 13-14.
- Ceballos-Lascurain Héctor, 1996. *Tourism, Ecotourism and Protected areas. The State of Nature-Based Tourism Around the World and Guidelines for Its Development*. Gland, IUCN, 301 p.

- Convention du Patrimoine mondial de l'Unesco, 1972.
- Corbin Alain, 1988. *Le territoire du vide. L'occident et le désir de rivage, 1750-1840*. Paris, Aubier, 407 p.
- Cormier Marie-Christine, 2006. « Entre exploitation et sanctuarisation des écosystèmes côtiers ouest-africains. L'écotourisme, une option durable ? » In Symoens Jean-Jacques (dir.), *Les écosystèmes côtiers de l'Afrique de l'Ouest*, Bruxelles, FFRSA, pp. 249-268.
- Cousin Saskia et Réau Bertrand, 2009. *Sociologie du tourisme*. Paris, La Découverte, 121 p.
- Cousin Saskia, 2010. "Le tourisme à l'épreuve de l'enquête, à moins que cela ne soit l'inverse.", *EspacesTemps.net*, revue en ligne.
<http://espacestems.net/document8210.html>
- Conklin Harold C., 1954. *The Relation of Hanunoo Culture to the Plant World*. PhD dissertation (Anthropology), Yale University.
- Croall Jonathan, 1995. *Preserve or Destroy: Tourism and the Environment*. Lisbonne, Calouste Gulbenkian Foundation, 180 p.
- Dahlström Åsa Nilsson, 2003. *Negotiating Wilderness in a Cultural Landscape. Predators and Saami Reindeer Herding in the Laponian World Heritage Area*. Uppsala, Acta Universitatis Upsalensis, 534 p.
- Davidov Veronica & Büscher Bram, 2013. "The Ecotourism-Extraction Nexus". In Büscher Bram & Davidov Veronica (dirs.), *The Ecotourism / Extraction Nexus: Rural Realities and Political Economies of (un)Comfortable Bedfellows*, London, Routledge, sous presse.
- Debarbieux Bernard, 1994. « Serge Briffaud : naissance d'un paysage, la montagne pyrénéenne à la croisée des regards (XVIe-XIXe siècles) ». In *Revue de géographie alpine*, 82 : 3 , pp. 116-117.
- Debarbieux Bernard, 1995. *Tourisme et montagne*. Paris, Economica, 107 p.
- Debarbieux Bernard & Rudaz Gilles, 2010. *Les faiseurs de montagne. Imaginaires politiques et territorialités : XVIII^e-XXI^e siècle*. Paris, CNRS Editions, 368 p.
- De Bellefon Patrice, Clin Michel, Balcells Rocamora Enrique, Le Nail Jean-François, 2000. *Tres Serols Mont-Perdu, mémoires d'avenir*. Gèdre, Edition Association MPPM, 167 p.
- Delaporte Yves & Roué Marie, 1986. *Une communauté d'éleveurs de rennes. Vie sociale des lapons de Kautokeino*. Paris, Institut d'ethnologie, 196 p.
- De Maret Pierre & Bouly de Lesdain Sophie, 2000. « L'aventure de la nature... et la culture en plus ? De l'écotourisme à l'ethnotourisme ». In Bahuchet Serge et al., *Les peuples des forêts tropicales aujourd'hui*. Volume II. Bruxelles, pp. 573-600.
- Descola Philippe, 2005. *Par-delà nature et culture*. Paris, Gallimard, 640 p.
- Di Giovine Mickael, 2008. *The Heritage-scape. UNESCO, World Heritage and Tourism*. Lexington Books, 542 p.
- Djament-Tran Géraldine, Fagnoni Edith et Jacquot Sébastien, 2012. « De la valeur universelle exceptionnelle au label Patrimoine mondial ». In Bourdeau Laurent, Gravari-Barbas Maria, Robinson Mike (dirs.), *Tourisme et Patrimoine mondial*. Québec, Presses de l'Université Laval, Collection Patrimoine en mouvement, pp. 217-234.
- Dollin du Fresnel Monique, 2009. *Henry Rusell (1834-1909) : Une vie pour les Pyrénées*. Bordeaux, Editions Sud Ouest, 461 p.

- Doquet Anne et Le Menestrel Sarah, 2006. « Introduction : tourisme culturel, réseaux et recompositions sociales ». In *Autrepart*, 4, pp. 3-14.
- Doquet Anne et Evrard Olivier, 2008a. « An interview with Jean-Didier Urbain. Tourism beyond the grave : a semiology of culture ». In *Tourist Studies*, 8, pp. 175-191.
- Doquet Anne et Evrard Olivier, 2008b. « Introduction ». In *Civilisations, tourisme, mobilités et altérités contemporaines*, n°57, pp. 9-22
- Doquet Anne, 2010. « La force de l'impact. Paradigme théorique et réalités de terrain ». In *EspaceTemps.net*, dossier l'enquête à l'épreuve du tourisme.
<http://www.espacestems.net/document7988.html>
- Dorst Jean, 2012 [1965]. *Avant que nature meure. Pour une écologie politique*. Lonrai, Delachaux et Niestlé et MNHN, 466 p.
- Druguet Aurélie, 2010. *De l'invention des paysages à la construction des territoires : les terrasses des Ifugaos (Philippines) et des Cévenols (France)*. Paris, Thèse de doctorat, MNHN, 471 p.
- Durkheim Emile, 1897 [2004]. *Le suicide*. Paris, PUF, 463 p.
- Duffy Rosaleen, 2006. « The Politics of Ecotourism and the Developing World ». In *Journal of Ecotourism*, n° 5, pp 1-6.
- Dumez Richard, 2010. *Le feu, savoirs et pratiques en Cévennes*. Paris, Quae, 248 p.
- Eagles Paul F. J., 1995. "Understanding the Market for Sustainable Tourism". In McCool Stefen et Waston Alan (dirs.), *Linking tourism, the environment and sustainability*. Ogden, Department of Agriculture, pp. 25-33.
- Eagles Paul J.F., Maccool Stefen, Haynes Christopher, 2002. *Sustainable tourism in protected areas. Guidelines for planning and management*. UNEP, WTO, IUCN. Ed Adrian Philips, 159 p.
- Escourrou Pierre, 1993. *Tourisme et environnement*. Paris, Sedes, 233 p.
- Fennell David A., 1999. *Ecotourism : An Introduction*. New York, Routledge, 315 p.
- Fennell David A., 2001. "A content analysis of ecotourism definitions". In *Current Issues in Tourism*, 4, pp. 403-421.
- Fennell David A., 2007. *Ecotourism*. New York, Routledge, 3^{ème} édition, 303 p.
- Michel Franck, 2006. « Le tourisme face à la menace de folklorisation des cultures ». In Furt, Jean-Marie & Franck Michel (dirs.), *Tourismes & identités*. Paris, L'Harmattan, 219 p.
- Foucault Michel, 1963. *Naissance de la clinique. Une archéologie du regard médical*. Paris, Presses Universitaires de France, 212 p.
- Fredman Peter, 2000. *Environmental valuation and policy : applications in the management of endangered species, recreation and tourism*. Umeå, Thèse de doctorat, Swedish University of Agricultural Sciences, 389 p.
- Fredman Peter, Gössling Stefan & Hultman Johan, 2006. "Sweden: Where Holidays Come Naturally". In Gössling Stefan & Hultman Johan (dirs.), *Ecotourism in Scandinavia, Lessons in Theory and Practice*, CAB International, Oxon & Cambridge, pp. 23-37.
- Fredman Peter & Tyrväinen Liisa, 2010. "Frontiers in Nature-Based Tourism", *Scandinavian journal of Hospitality and Tourism*, 10: 3, pp. 177-189.

- Friedberg Claudine, Cohen Marianne, Matthieu Nicole, 2000. « Faut-il qu'un paysage soit ouvert ou fermé ? L'exemple de la pelouse sèche du causse Méjan ». In *Natures, Sciences, Sociétés*, 8 : 4, pp. 26-42.
- Friedberg Claudine, 2004. « Ethnoscience ». In Bonte Pierre & Izard Michel, 2007 (dirs.), *Dictionnaire de l'ethnologie et de l'anthropologie*. 3^{ème} édition, Paris, Presses universitaires de France, pp 252-255.
- Gamblin Sandrine, 2006. « Trois expériences égyptiennes de la rencontre touristique », *Autrepart*, 2006/4, pp. 81-94.
- Gautier Denis & Benjaminsen Tor, 2012. *Environnement, discours et pouvoir. L'approche Political ecology*. Paris, Quae, 256 p.
- Gelter Hans, 2000. "Friluftsliv : The Sandinavian Philosophy of Outdoor life". In *Canadian Journal of Environmental Education*, 5, pp. 77- 90.
- Glössling Stefan, 2010. *Carbon Management in Tourism. Mitigating the Impacts on Climate Change*. Abingdon, Routledge, 368 p.
- Goffman Erving, 1973 [1959]. *La Mise en scène de la vie quotidienne : La présentation de soi*. Paris, Editions de Minuit, 256 p.
- Graburn Nelson H.H., 2002. "The ethnographic tourist." In Graham M.S. Dann (dir.), *The Tourist as a Metaphor of the Social World*, Trowbridge, Cornwell Press, pp. 19-40.
- Gravari-Barbas Maria & Jacquot Sébastien, 2008. « Les impacts économiques de l'inscription sur la liste du Patrimoine mondial : une revue de la littérature ». In Prud'homme Rémy (dir.), *Les impacts socio-économiques de l'inscription d'un site sur la liste du Patrimoine mondial : trois études*, Paris, Unesco, pp. 10-71.
- Gravari-Barbas Maria, Bourdeau Laurent & Robinson Mike, 2012. « Introduction ». In Bourdeau Laurent, Gravari-Barbas Maria, Robinson Mike, *Tourisme et Patrimoine mondial*. Québec, Presses universitaires de Laval, pp. 1-13.
- Green Carina, 2009. *Managing Lapland. A World Heritage as an arena for Sami ethno-politics in Sweden*. Uppsala, Acta Universitatis Upsaliensis, 230 p.
- Grenier Alain A., 2004. *Nature of Nature Tourism*. Rovaniemi, Thèse de doctorat, University of Lapland, Acta Universitatis Lapponiensis 72, 480 p.
- Grenier Alain, 2008. « Tourisme polaire, la nature sauvage aux confins de l'imaginaire ». In Chartier Daniel, *Le(s) Nord(s) imaginaire(s)*. Montréal, Ed. Imaginaire Nord, Collection droit du pôle, pp. 165-182.
- Gustavsson Knut, 1989. *Rennäringen. En presentation f6t skogsfolk*. Jönköping, Skogstyrelsen.
- Hall Mickael C. & Piggin Rachel, 2001. "Tourism and World Heritage in OECD Countries". In *Tourism Recreation Research*, 26 : 1, pp.103-105.
- Hall Michael C. & Saarinen Jarkko, 2010. "Polar Tourism : Definitions and Dimensions". In *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 10 : 4, pp. 448-497.
- Hill Jennifer & Gale Tim, 2009. "Ecotourism and environmental sustainability : an Introduction". In Hill Jennifer & Gale Tim (dirs.), *Ecotourism and environmental sustainability. Principles and Practice*. Farnham, Ashgate, pp. 3-16.
- Holden Andrew, 2005. *Tourism Studies and the Social Sciences*. Oxon & New York, Routledge, 228 p.

- Holden Andrew, 2009. "Introduction to tourism-environment relationships". In Hill J. and Gale T. (dirs.) *Ecotourism and Environmental Sustainability: Principles and Practice*, Bristol, Ashgate Texts.
- Holmbäck Bure, 2009. « Quelques voyageurs en Laponie. » In Andersson Kajsa (dir.), *L'image du Sápmi*, Göteborg, éd. Humanistic Studies at Örebro University, pp. 118-137.
- Honey Martha, 2008. *Ecotourism and Sustainable Development. Who owns Paradise?* Washington, Island Press, 2^{de} édition, 551 p.
- Hugo Victor, 1891. *Dieu*, Paris, Hetzel-Quantin.
- Hultblad Filip, 1968. *Övergång från nomadism till agrar bosättning i Jokkmokks socken*. Stockholm, Almqvist & Wiksell Gebers, 451 p.
- Jenner Paul & Smith Christine, 1992. *The tourism industry and the environment*. Londres, The Economist intelligence unit, 178 p.
- Krippenford Jost, 1982. "Towards New Tourism Policies - The Importance of Environmental and Sociocultural Factors". In *Tourism Management*, 3 : 3, pp. 135-148.
- Lanfant Marie-Françoise, 1994. « Identité, mémoire, patrimoine et « touristification » de nos sociétés ». In *Sociétés*, n°46, pp. 433-439.
- Lanquar Robert, 1994. *Sociologie du tourisme et des voyages*. Paris, Presses universitaires de France, 128 p.
- Larrère Raphaël, 1999. « Perceptions paysagères des espaces en déprise et des boisements spontanés des terres agricoles ». In *Boisements naturels des espaces agricoles*, Ingénieries EAT, pp. 25-29.
- Larrère Raphaël, Lizet Bernadette & Berlan-Darqué Martine, 2009. *Histoire des parcs nationaux. Comment prendre soin de la nature ?* Paris, Editions Quae et MNHN, 236 p.
- Larrère Raphaël, 2009. « Histoire(s) et mémoires des parcs nationaux ». In Larrère Raphaël, Lizet Bernadette et Berlan-Darqué Martine, *Histoire des parcs nationaux. Comment prendre soin de la nature ?* Paris, Editions Quae et MNHN, pp. 23-42.
- Larrère Catherine & Larrère Raphaël, 2009. *Du bon usage de la nature : pour une philosophie de l'environnement*. Paris, Flammarion, 355 p.
- Lavedan Marcel, 1964. *Monographies*.
- Leask Anna & Fyall Alan, 2006. *Managing World Heritage Sites*. London, Routledge, 320 p.
- Lefebvre Henri, 1968. *La vie quotidienne dans le monde moderne*. Paris, Gallimard, 383 p.
- Levi-Strauss Claude, 1962. *La pensée sauvage*. Paris, Plon, 347 p.
- Linné (von) Carl, 2002 [1732]. *Voyage en Laponie*, Paris, Minos, 318 p.
- Liste du Patrimoine mondial, 2011.
- Lizet Bernadette, 2009. « Introduction ». In Larrère Raphaël, Lizet Bernadette et Berlan-Darqué Martine (dirs.), *Histoire des parcs nationaux. Comment prendre soin de la nature ?* Paris, Editions Quae et MNHN, pp. 11-22.
- Lozato-Giotart Jean-Pierre, 2006. *Le chemin vers l'écotourisme : impacts et enjeux environnementaux du tourisme aujourd'hui*. Paris, Ed. Delachaux et Niestlé, 192 p.
- Luginbühl Yves, 1999. « Perception paysagère des espaces en déprise et des boisements spontanés des terres agricoles ». *Boisements naturels des espaces agricoles*, Ingénieries – EAT, pp. 25-29.

- Luginbühl Yves, 2012. *La mise en scène du monde. Construction du paysage européen*. Paris, CNRS Editions, 434 p.
- Lundmark Linda, Fredman Peter & Sandell Klas, 2010. "National Parks and Protected Areas and the Role for Employment in Tourism and Forest Sectors: a Swedish Case". In *Ecology and Society*, 15/1 : 19. <http://www.ecologyandsociety.org/vol15/iss1/art19>
- Lynch Édouard, 1999. « Serge BRIFFAUD, Naissance d'un paysage. La montagne pyrénéenne à la croisée des regards, XVIe-XIXe siècles, Tarbes/Toulouse, Archives de Hautes-Pyrénées/Université de Toulouse, 1994, 622 p. ». In *Ruralia*, 04/1999 : <http://ruralia.revues.org/98>.
- MacCannell Dean, 1999 [1976]. *The Tourist. A new theory of the leisure class*. New York, Shocken books, 231 p.
- Malinowski Bronislaw, 1922. *Les Argonautes du Pacifique occidental*. Paris, Gallimard, 606 p.
- Manker Ernst, 1954. *Les Lapons des montagnes suédoises*. Paris, Gallimard, 279 p.
- Manker Ernst, 1963. *De åtta årstidernas folk*. Stockholm, Tre Tryckare, 214 p.
- Marcotte Pascale & Bourdeau Laurent, 2012. « L'utilisation du Patrimoine mondial selon son année d'obtention ». In Bourdeau Laurent, Gravari-Barbas Maria, Robinson Mike (dirs.), *Tourisme et Patrimoine mondial*. Québec, Presses de l'Université Laval, Collection Patrimoine en mouvement, pp. 251-268.
- Massoure Jean-Louis, 2011. *Le Pays Toy. Histoire, traditions, habitat, langue, noms de lieux*. Orthez, I.C.N. , 216 p.
- Mériot Christian, 1980. *Les Lapons et leur société. Etude d'ethnologie historique*. Toulouse, Privat, 370 p.
- Merveilleux du Vignaux, 2003. *L'aventure des parcs nationaux. La création des parcs nationaux français, fragments d'histoire*. Montpellier, Atelier Technique des Espaces Naturels, 224 p.
- Michaud Jean, 2001. « Anthropologie, tourisme et sociétés locales au fil des textes ». In *Anthropologie et Sociétés*, vol. 25, n° 2, pp. 15-33.
- Miller Kenton, 1978. *Planning National parks for Eco-development - Methods and Cases from Latin America*. 680 p.
- Mottet Anne, Ladet Sylvie, Coqué Nathalie & Gibon Annick, 2006. "Agricultural land-use change and its drivers in mountain landscapes: A case study in the Pyrenees". In *Agriculture, Ecosystems & Environment*, 114 : 2-4, pp 296-310.
- Mulk Inga-Maria, 1997. *Sami Cultural Heritage in the Lapponia World Heritage Area*. Jokkmokk, Ajjte, 60 p.
- Müller Dieter & Kuoljok Huvva Stina, 2009. "Limits to Sami tourism development: the case of Jokkmokk, Sweden". In *Journal of Ecotourism*, 8: 2, pp. 115 –127.
- Nash Nash Dennison, 1981. "Tourism as an anthropological subject", *Current Anthropology*, 22 : 5, pp. 461-481.
- Nash Dennison, 1989. "Tourism as a Form of Imperialism". In Smith Valene L. (dir.), *Hosts and Guests, the Anthropology of Tourism*. University of Pennsylvania Press, 2^{ème} édition, pp. 37-54.
- Nash Dennison, 1996. *Anthropology of Tourism*, Amsterdam, Elsevier/Pergamon Press, 216 p.

- Nellemann Christian, Jordhøy Per, Støen Ole-Gunnar & Strand Olav, 2000. "Cumulative Impacts of Tourist Resorts on Wild Reindeer (*Rangifer tarandus tarandus*) during Winter". In *Arctic*, 53 : 1, pp. 9-17.
- Olivier de Sardan Jean-Pierre, 2008. *La rigueur du qualitatif. Les contraintes empiriques de l'interprétation socio-anthropologique*. Louvain-la-Neuve, Editions Bruylant, 365 p.
- Östlund Lars, 1993. *Exploitation and structural changes in the North Swedish Boreal Forest 1800-1992*. Doctoral thesis, Swedish University of Agricultural Sciences, 30 p.
- Östlund Lars, Zackrisson Olle & Axelsson Anna Lena, 1997. "The history and transformation of a Scandinavian boreal forest landscape since the 19th century". In *Canadian Journal of Forest Research* 27, pp. 1198-1206.
- Paine Robert, 1982. *Dam a river, damn a people ? Saami (Lapp) Livelihood and the Alta/Kautokeino Hydro-electric Project and the Norwegian Parliament*. International Work Group for Indigenous Affairs, 107 p.
- Parc national des Pyrénées, 2011. *Etude quantitative de la fréquentation du Parc national des Pyrénées et de la Réserve naturelle nationale du Néouvielle. Du 15 juin au 15 septembre 2001*. Bureau d'étude Eole, 44 p.
- Péjot Jérôme, 1999. *Vers le plan de gestion de Pyrénées-Mont Perdu, site transfrontalier du Patrimoine mondial de l'UNESCO*. Rapport de Stage de fin d'études, ENGREF, Parc national des Pyrénées et Parc national d'Ordesa, 91 p.
- Peneff Jean, 2009. *Le goût de l'observation. Comprendre et pratiquer l'observation participante en sciences sociales*. Paris, La Découverte, 250 p.
- Pettersson Robert, 2004. *Sami Tourism in Northern Sweden. Supply, Demand and Interaction*. Umeå, Umeå University Press, 51 p.
- Pettersson Robert & Viken Arvid, 2007. "Sami perspectives on indigenous tourism in northern Europe : commerce or cultural development?". In Butler Richard & Hinch Tom (dirs.), *Tourism and Indigenous Peoples : issues and implications*, Oxford, Taylor & Francis Ltd, pp. 176-187.
- Picard Michel, 1992. *Bali, tourisme culturel et culture touristique*. Paris, L'Harmattan, 217 p.
- Picard Michel & Michaud Jean, 2001. « Présentation : tourisme et sociétés locales ». In *Anthropologie et Sociétés*, 25 : 2, pp. 5-13.
- Picard Michel, 2010. « L'identité balinaise à l'épreuve du tourisme, Du « Tourisme culturel » (*Pariwisata Budaya*) à « Bali debout » (*Ajeng Bali*) ». In *EspaceTemps.net*, dossier l'enquête à l'épreuve du tourisme. <http://www.espacetemps.net/document8063.html>
- Poon Auliana, 1993. *Tourism, Technology and Competitive Strategy*. Wallingford, CAB International, 352 p.
- Prud'homme Rémy, 2008. *Les impacts socio-économiques de l'inscription d'un site sur la liste du Patrimoine mondial : trois études*. Paris, Unesco, 150 p.
- Ramond de Carbonnières Louis-François, 1789. *Observations faites dans les Pyrénées pour servir de suite à des observations sur les Alpes*. Paris, Belin, 452 p.
- Ramond de Carbonnières Louis-François, 1801. *Voyages au Mont-Perdu et dans la partie adjacente des Hautes-Pyrénées*. Belin, 392 p.
- Reclus Élisée, 1866. « Du sentiment de la nature dans les sociétés modernes », *Revue des deux mondes*, 63, pp.352-381.

- Regnard Jean-François, 1731. *Voyage de Laponie*.
- Regnard Jean-François, 1820. *Œuvres complètes de Regnard, Tome I*. Paris, Hauts-cœurs, 424 p.
- Reid Donald, 2003. *Tourism, Globalization and Development: Responsible Tourism Planning*. London, Pluto Press, 251 p.
- Remaud Olivier, Schaub Jean-Frédéric & Thireau Isabelle, 2012. *Faire des sciences sociales. Comparer*. Paris, Editions de l'École des Hautes Etudes en Sciences Sociales, 313 p.
- Revelin Florence, 2009. *Tourisme et paysages dans Laponia*. Mémoire de Master 2 EMTS, MNHN, 80 p.
- Revelin Florence, 2011. « Une approche ethnoécologique pour étudier le rapport sensible des touristes à un espace naturel : quelles adaptations méthodologiques ? » in *Le tourisme à la croisée des disciplines*, Doctoriales du tourisme, Paris, Irest, pp. 550-566.
- Revelin Florence & Roué Marie, 2012. « Le site Laponia au nord de la Suède. Regards croisés des touristes et des résidents ». In Bourdeau Laurent, Gravari-Barbas Maria, Robinson Mike (dirs.), *Tourisme et Patrimoine mondial*. Québec, Presses de l'Université Laval, Collection Patrimoine en mouvement, pp.85-106.
- Revelin Florence, 2013. "Ecotourism and extraction in Saami Lands. Contradictions and continuities". In Büscher B. & Davidov V. (dirs.), *The Ecotourism / Extraction Nexus : Rural Realities and Political Economies of (un)Comfortable Bedfellows*, London, Routledge, sous presse.
- Reynolds Paul C. & Braithwaite Dick, 2001. "Towards a conceptual framework for wildlife tourism". In *Tourism Management*, vol. 22, n° 1, pp. 31-42.
- Robinson Mike, Picard David, 2006. *Tourism, Culture and Sustainable Development*. UNESCO, Société éditions Provence, Nîmes, 95 p.
- Roturier Samuel et Roué Marie, 2009. "Of forest, snow and lichen: Sami reindeer herders' knowledge of winter pastures in northern Sweden", *Forest Ecology and Management*, 258 : 9, pp. 1960-1967.
- Roturier Samuel, 2009. *Managing Reindeer Lichen during Forest Regeneration Procedures: Linking Sami Herders' Knowledge and Forestry*. Umeå, Acta Univeritatis Agriculturae Sueciae, 71p.
- Roué Marie et Nakashima Douglas, 2002. « Des savoirs 'traditionnels' pour évaluer les impacts environnementaux du développement moderne et occidental », *Revue Internationale des Sciences sociales*, Les savoirs autochtones, n° 173, pp. 377-388.
- Roué Marie, 2006 (dir.). "Cultural Diversity and Biodiversity", *International Social Science Journal*, n° 187, pp. 7-14.
- Roué Marie et al., 2011 (dir.). *Paysages culturels et naturels : changements et conservation*. Rapport final, programme de recherche « Paysages et développement durable », 185 p.
- Roué Marie, 2012. « A Saami reindeer herder's cultural landscape : memory, the sense and ethics ». In Raasakka Noora & Sivonen Sari (dirs.), *Northern Landscapes, implementation of the European Landscape Convention in North Calotte Area Municipalities*, Inari, Centre for Economic Development, Transport and the Environment, pp. 45-50.
- Roué Marie, 2013. « Paysages culturels et gouvernance : nouveau contrat social ou retour du refoulé ». In Luginbühl Yves & Terrasson Daniel (dirs.), *Paysage et développement durable*, Versailles, Quae, pp. 261-274.
- Roux Sébastien, 2009. « De quelques dynamiques contemporaines en anthropologie du tourisme francophone », *Cahiers d'études africaines*, n° 193-194, pp 595-602.

- Russell Andrew, 2007. "Anthropology and ecotourism in European wetlands. Bubbles, babies and bathwater". In *Tourist Studies*, 7: 2, pp. 225-244.
- OMT, 2005. *Tourism highlights*. Rapport de l'OMT.
- OMT, 2012. *Faits saillants*. Edition de l'Organisation mondiale du tourisme, 15 p.
- Orientations devant guider la mise en œuvre de la Convention du Patrimoine mondial*, 2011.
- Sandell Klas, 2006. "The Right of Public Access: Potentials and Challenges for Ecotourism". In Glössling Stefan & Hultman Johan (dirs.), *Ecotourism in Scandinavia, Lessons in Theory and Practice*, CAB International, Oxon & Cambridge, pp. 98-112.
- Sandell Klas et Sörlin Vercker, 2008. *Friluftslivshistoria : från 'hårdande friluftsliv' till ekoturism och miljöpedagogik*. Carlssons bokförlag, Stockholm.
- Scheffer Johannes G., 1673. *Laponia*.
- Scheffer Johannes G., 1678. *Histoire de la Laponie, sa description, l'origine, les moeurs, la manière de vivre de ses habitants*. Traduit en français par Lubin Auguste. Varennes, Veuve O. 408 p.
- Schough Katarina, 2007. *Lake Duortnus, Royal Science and Nomadic Practices*. Karlstad, Ed. Karlstad University studies, 145 p.
- Schultz Patricia, 2006. *Les 1000 lieux qu'il faut avoir vus dans sa vie*. Paris, Flammarion, 973 p.
- Selmi Adel, 2009. «L'émergence de l'idée de parc national en France. De la protection des paysages à l'expérimentation coloniale ». In Larrère Raphaël, Lizet Bernadette et Berlan-Darqué Martine (dirs.), *Histoire des parcs nationaux. Comment prendre soin de la nature ?* Paris, Editions Quae et Muséum national d'histoire naturelle, pp. 43-58.
- SFS, 2003. *Förordning om statsbidrag till friluftslivorganisationer*. Källa, Rixlex Utfärdad.
- Smith Valene L., 1977. *Hosts and Guests: the Anthropology of Tourism*. University of Pennsylvania Press, 2^{de} édition, 352 p.
- Snyder John et Stonehouse Bernard, 2007. *Prospects for Polar Tourism*. CAB International, Oxon & Cambridge (USA), 336 p.
- Stendhal, 1981 [1838]. *Mémoires d'un touriste*. Paris, Maspéro, 238 p.
- Stronza Amanda, 2001. "Anthropology of Tourism : Forging New Ground for Ecotourism and Other Alternatives". In *Annual Review of Anthropology*, 30 : 1, pp. 261-283.
- Svenonius Fredrik, 1908. *Lappland – det stora framtidslandet. En skildring i ord och bild af dess natur och folk*. Stockholm.
- Sörlin Sverker, 1988. *Framtidslandet: debatten om Norrland och naturresurserna under det industriella genombrottet*. Carlsson. Stockholm.
- Teilus Mickael & Lindahl Karin, 2000. *Mija Ednam – Samebyarnas Laponiaprogram*. Jokkmokk, Samebyarnas kansli, 87 p.
- Törn Anne, Siikamäki Pirkko, Tolvanen Anne, Kauppila Pekka et Rämets Jussi, 2007. « Local People, Nature Conservation, and Tourism in Northeastern Finland », *Ecology and Society*, 13:1, article en ligne: <http://www.ecologyandsociety.org/vol13/iss1/art8/>.
- Urbain Jean-Didier, 1991 [2002]. *L'idiot du voyage. Histoires de touristes*. Paris, Payot, 348 p.
- Urbain Jean-Didier, 1994. *Sur la plage. Mœurs et coutumes balnéaires*. Paris, Payot, 374 p.

- Urbain Jean-Didier, 2012. « Pourquoi voyageons-nous? ». In *Sciences Humaines*, n°240.
- Urry John, 2002 [1990]. *The Tourist Gaze*. Londres, SAGE Publications Ltd, 175 p.
- Verdalle (de) Laure, Vigour Cécile & Bianaic (de) Thomas, 2012. « S'inscrire dans une démarche comparative. Enjeux et controverse ». In *Terrains et travaux*, 21, pp. 5-21.
- Vigour Cécile, 2005. *La comparaison dans les sciences sociales : Pratiques et méthodes*. Paris, Editions La Découverte, 336 p.
- Viken Arvid, 2006. "Ecotourism in Norway : Non-Existence or co-Existence ?". In Glössling Stefan & Hultman Johan (dirs.), *Ecotourism in Scandinavia, Lessons in Theory and Practice*, CAB International, Oxon & Cambridge, pp. 38-52.
- Viard Jean, 2000. *Court traité sur les vacances, les voyages et l'hospitalité des lieux*. Paris, Éditions de l'Aube, 176 p.
- Vistnes Ingunn & Nellemann Christian, 2001. "Avoidance of cabins and power lines by reindeer during calving". In *Journal of wildlife management*, 65 : 4, pp. 857-867.
- Vistnes Ingunn, Nellemann Christian, Jordhøy Per & Støen Ole-Gunnar, 2008. "Summer disturbance of wild reindeer in relation to human activity and insect stress". In *Polar Biology*, 31, pp. 1307-1317.
- Wall-Reinus Sandra, 2006. *Tourism Attractions and Land Use Interactions. Case Studies from Protected Areas in the Swedish Mountain Region*. Licentiate Thesis, Stockholm University, 116 p.
- Wall-Reinus Sandra, 2009a. *Protected Attractions. Tourism and Wilderness in the Swedish Mountain Region*. Thèse de doctorat, Stockholm University, 159 p.
- Wall-Reinus Sandra, 2009b. "A ticket to national parks ? Tourism, railways, and the establishment of national parks in Sweden" in Frost Warwick & Hall C. Michael, *Tourism and National Parks, International perspectives on development, histories and change*. New York, Routledge, pp. 184-196.
- Wearing Stephen & Neil John, 2009. *Ecotourism, Impacts, Potentiels and Possibilities*. Butterworth-Heinemann, Oxford, 2nde éd., 305 p.
- Weaver David B., 2001. *Ecotourism*. John Wiley & Sons Australia Ltd, 408 p.
- Weaver David B. & Lawton Laura, 2007. "Twenty years on: The state of contemporary ecotourism research". In *Tourism Management*, 28 : 5, pp. 1168-1179.
- Wells Michael & Brandon Katrina, 1992. *People and Parks. Linking Protected Area Management With Local Communities*. World Bank, 112 p.
- Wolf-Watz Daniel, 2010. *Outdoor recreation and Environmentalism*, Karlstad, Ed. Karlstad University Studies, 94 p.
- Young B., 1983. « Touristization of a traditional Maltese fishing-farming village: a general model". In *Tourism Management* 4 :1, pp. 35-41.

Rapports spéciaux du Centre du Patrimoine mondial relatifs aux deux sites d'étude :

- *Pour Laponia :*

Evaluation des organisations consultatives 774, UICN – ICOMOS, 1996. Archives en ligne du Centre du Patrimoine mondial. whc.unesco.org

Rapport de la XX^e session du Comité du Patrimoine mondial, 1996. Archives en ligne du Centre du Patrimoine mondial. whc.unesco.org

- *Pour Pyrénées-Mont Perdu*

Evaluation des organisations consultatives 773 bis, UICN - ICOMOS, 1996. Archives en ligne du Centre du Patrimoine mondial. whc.unesco.org

Rapport de la XXI^e session du Comité du Patrimoine mondial, 1997. Archives en ligne du Centre du Patrimoine mondial. whc.unesco.org

Rapport ICOMOS, 23COM VIII.B.2, Pyrénées - Mont Perdu (France / Espagne), 1999. Rapport sur l'extension du périmètre du site sur le versant français, dans la Haute-vallée d'Héas. Archives en ligne du Centre du Patrimoine mondial. whc.unesco.org

Rapport de mission conjointe de suivi réactif des experts ICOMOS/UICN/UNESCO, 2007. Archives en ligne du Centre du Patrimoine mondial. whc.unesco.org

Webographie :

www.artsmia.org	Site de l'exposition « <i>A Mirror of Nature, Nordic Landscapes painting 1840-1910</i> ». (2006 et 2008)
www.friluftsforskning.se	Site du programme « <i>Friluftsliv i förändring</i> ».
www.lansstyrelse.se/norrbotten/	Site de l'administration régionale du Norrbotten.
www.laponia.nu	Site officiel du site Laponia.
www.lkab.com	Site de l'entreprise minière suédoise <i>LKAB</i> .
www.loucrup65.fr	Blog d'archives sur les Pyrénées.
www.lourdes-france.org	Site de la ville de Lourdes.
www.mppm.org	Site de l'association Mont-Perdu-Patrimoine-mondial.
www.naturvardsverket.se	Site de l'Agence nationale suédoise pour la protection de l'environnement.
www.parcs-nationaux.fr	Site des parcs nationaux de France.
www.parc-pyrenees.com	Site du parc national des Pyrénées.
www.revue-pyrenees.com	Site de la revue Pyrénées.
www.sametinget.se	Site du parlement sami de Suède.
www.svenskaturiforeningen.se	Site de l'association STF.
www.unwto.org	Site de l'Organisation mondiale du tourisme (OMT), <i>World Tourism Organization (WTO)</i> .
www.gellivarelapland.se	Site de la plateforme <i>Visit Gellivare Lapland</i> .
www.whc.unesco.org	Site du Centre du Patrimoine.

TABLE DES MATIERES

Remerciements	III
Note au lecteur	VII
Liste des acronymes, sigles & abréviations	IX
Sommaire.....	XI
Introduction et contexte de l'étude	1
1. Tourisme et sites naturels et culturels du Patrimoine mondial	1
1.1. Etudier le rapport tourisme - Patrimoine mondial d'un point de vue local	3
1.2. Une approche comparative : Laponia et Pyrénées-Mont Perdu	4
1.2.1. Un statut commun	5
1.2.2. Des sites différents.....	9
1.3. Nuancer le rapport nord-sud : des études de cas européennes	14
2. Une démarche qualitative et holistique ancrée dans l'anthropologie	17
2.1. Le tourisme comme objet anthropologique	17
2.1.1. Les tumultes d'un apprivoisement lent	17
2.1.2. L'appropriation francophone récente.....	19
2.2. Se distancier de la problématique de l'impact et adopter une approche holistique du tourisme	20
2.3. Etudier le tourisme dans des sites protégés : envisager l'impact comme une préoccupation endogène ?.....	22
3. Enquêtes ethnographiques : méthodes et corpus de données	24
3.1. Saisir des espace-temps structurants du tourisme	24
3.2. Le recueil des données	29
3.2.1. L'observation participante	29
3.2.2. Les entretiens.....	38
3.2.3. Les interlocuteurs locaux	38
3.2.4. Les interlocuteurs touristes	41
4. Organisation de la thèse	43
PARTIE I. L'Invention du Tourisme et de ses Sites	45
Chapitre 1 Des origines occidentales du tourisme à sa critique sociale	47
1. Une pratique distinctive.....	47
1.1. Le <i>Grand Tour</i> des Anglais.....	47
1.2. La quête de sens.....	48
2. Une construction sociale du regard du touriste.....	49

2.1.	<i>Sight-seeing</i> - voyager pour aller voir ce qui doit être vu.....	49
2.2.	<i>Tourist gaze</i> – le regard du touriste	50
3.	Une démocratisation massive	51
3.1.	Valoriser le temps libre : l’invention des congés payés.....	51
3.2.	Des masses de touristes	52
4.	Vices et vertus.....	53
4.1.	Une activité anthropique qui dégrade l’environnement ?.....	53
4.1.1.	Typologie des impacts environnementaux	53
4.1.2.	Un constat impliquant diverses visions de l’environnement	55
4.2.	Dimension socioculturelle	56
4.2.1.	De la question délicate de la folklorisation à l’étude du processus de « touristification » (Picard M., 1992)	56
4.2.2.	Valoriser une approche intégrative : l’ambition des sciences sociales.....	57
4.3.	Des vertus économiques nuancées.....	60
5.	Des critiques sociales et scientifiques.....	61
5.1.	Une mauvaise réputation exacerbée par les symboles et les valeurs du tourisme de masse	61
5.2.	Le poids de la scène scientifique	63
5.3.	Moralisation du tourisme : la recherche d’alternatives	63
	Conclusion	65
	Chapitre 2 Tourisme, nature et bons usages.....	67
1.	Des impacts environnementaux du tourisme à la dialectique environnement - tourisme....	67
1.1.	Combiner l’utilisation et la conservation des ressources naturelles.....	67
1.2.	« L’écodéveloppement via le tourisme» (Miller, 1978)	69
2.	La nature comme dimension <i>sine qua non</i> – la conservation comme objectif.....	69
2.1.	Rechercher la proximité avec la nature.....	69
2.2.	Stimuler la conscience environnementale	70
2.3.	... et œuvrer pour la conservation de la nature.....	71
3.	L’écotourisme : un archétype des formes alternatives de tourisme ?.....	73
3.1.	D’une genèse confuse... ..	73
3.2.	... au quasi-consensus scientifique	74
3.3.	La prolifération de notions génériques	74
3.4.	Un effet de mode ?.....	78
3.5.	Redonner un «vrai » contenu au contenant	79
3.6.	Retour sur un mouvement nord - sud.....	80
4.	Le tourisme de nature comme une catégorie englobante.....	81
4.1.	Le plein air	81
4.2.	Nuances et affinités entre écotourisme et tourisme de nature.....	82

Conclusion	83
PARTIE II. LE TOURISME REVELATEUR DU RAPPORT DEVELOPPEMENT-CONSERVATION ...	85
Chapitre 3 Genèse du tourisme dans les montagnes laponnes suédoises et dans les Pyrénées françaises.....	87
1. L'histoire du tourisme comme témoin de la valeur du patrimoine	87
2. Des expéditions naturalistes à la contemplation des paysages	91
2.1. L'approche savante des premiers voyageurs de la Laponie	91
2.2. Des naturalistes à la découverte des Pyrénées	96
2.3. La découverte des montagnes promue par les récits et les images.....	98
2.4. Esthétique romantique	103
2.4.1. Un nouveau modèle paysager : le sublime	103
2.4.2. Le sublime nordique et le Wilderness suédois.....	104
2.4.3. Le paysage pyrénéen sublimé	106
2.5. L'influence de l'hygiénisme	107
2.5.1. Thermalisme pyrénéen et diffusion des modèles paysagers	107
2.5.2. L'exemple de la naissance d'un site : le cas de Gavarnie.....	109
3. Le rôle des clubs montagnards et des sociétés savantes dans la diffusion des pratiques touristiques	111
3.1. Emergence et développement des clubs montagnards et savants.....	111
3.1.1. Les clubs alpins européens nés au XIX ^e siècle	112
3.1.2. Le Club Alpin Français	113
3.2. Dans les Pyrénées : la Société Ramond et l'essor du Pyrénéisme.....	114
3.3. L'association suédoise STF et le <i>Kungsleden</i>	116
4. Deux spécificités suédoises essentielles pour comprendre les traditions touristiques : le <i>friluftsliv</i> et l' <i>Allemansrätt</i>	122
4.1. <i>Friluftsliv</i> : valeurs suédoises de la vie au « grand air ».....	122
4.2. L' <i>Allemansrätt</i> : le droit d'accès public à la nature.....	123
4.2.1. Entre droit fondamental suédois et coutume.....	123
4.2.2. Le symbole d'un lien spécifique des Scandinaves aux grands espaces naturels.....	125
Conclusion	126
Chapitre 4 Le Pays Toy entre agro-pastoralisme, tourisme, hydroélectricité et conservation de la nature.....	129
1. Le pays Toy	129
1.1. Un territoire et une identité liés à l'agro-pastoralisme.....	130
1.2. Un accès naturellement difficile vers le nord qui isole le Pays Toy.....	131
1.3. Complémentarité des versants et compascurité comme supports de l'économie du territoire..	132

1.4.	Les transhumances - entre pratiques pastorales, mode de vie et paysages.....	133
1.5.	La Commission syndicale : une gestion indivise des territoires pastoraux communs.....	135
2.	Ouverture du Pays Toy et développement du tourisme	136
2.1.	Des routes pour désenclaver le Pays Toy	136
2.2.	Des pèlerinages de Lourdes à la naissance d'un tourisme de masse	139
2.3.	Le rayonnement des pèlerinages de Lourdes sur le tourisme pyrénéen	141
3.	« Gavarnie, le nom » : histoire d'une mémoire collective	141
3.1.	Un accès facile vers un cirque qui se laisse facilement contempler.....	144
3.2.	Gavarnie, un village de tourisme ?	147
3.3.	Le pic estival déterminant d'une économie saisonnière	149
4.	La communauté de communes Gavarnie-Gèdre , « la poule aux œufs d'or »	152
4.1.	Gèdre le point de passage, Gavarnie la destination cul-de-sac.....	152
4.2.	Les « œufs d'or » : l'hydroélectricité à Gèdre	153
4.3.	Valoriser des ressources touristiques artificielles pour donner une valeur économique aux ressources naturelles	156
5.	Conservation de la nature, protection des paysages et tourisme	158
5.1.	Création du Parc national des Pyrénées en 1967.....	158
5.2.	De l'exclusion des aménagements touristiques lourds à une approche inclusive du tourisme ..	160
5.3.	Un rapport historique entre tourisme et protection des paysages.....	164
5.4.	Le parc comme attraction touristique.....	165
5.5.	Un projet venu d'ailleurs ?	166
	Conclusion	169
	Chapitre 5 Tourisme, conservation de la nature et extraction en terres samies	171
1.	Les Samis éleveurs de rennes.....	171
1.1.	Sápmi : terres ancestrales du peuple autochtone sami	171
1.2.	L'élevage des rennes au cœur de la culture samie.....	172
1.2.1.	Un mode de vie pastoral fait d'adaptation	172
1.2.2.	La colonisation des terres samies à partir du XVI ^e siècle	173
1.3.	Pastoralisme sami en Suède.....	173
1.3.1.	L'organisation des communautés d'éleveurs de rennes : les « sameby »	174
1.3.2.	Un mode de vie fondé sur les transhumances et la saisonnalité	175
1.3.3.	Un territoire de plus en plus morcelé	179
2.	L'industrialisation du nord de la Suède à partir du XIX ^e siècle : des activités extractives à la conservation de la nature.....	180
2.1.	Premières mines et voies ferrées au tournant des XIX ^e et XX ^e siècles	180
2.2.	La foresterie, une industrie qui gagne le nord au cours du XIX ^e siècle.....	184
2.3.	Déploiement de l'hydroélectricité au cours du XX ^e siècle.....	185

2.4. Conservation de la nature et tourisme	188
3. Les enjeux du développement du nord vus par les Samis	191
3.1. Le tourisme et l'extraction comme des formes de colonialisme ?.....	191
3.2. La mémoire coloniale et l'expérience vécue	192
3.3. Transformation des modes de vie et adaptation aux changements : entre tradition et modernité	193
Conclusion	197
PARTIE III. LES ENJEUX TOURISTIQUES D'UNE LABELLISATION « SITE NATUREL ET CULTUREL DU PATRIMOINE MONDIAL »	199
Introduction.....	199
1. Deux sites mixtes du Patrimoine mondial de l'Unesco	199
2. Processus de candidature et conditions du classement	200
3. Critères retenus pour les deux sites étudiés	201
Chapitre 6 Pyrénées-Mont Perdu : des conflits paralysants	205
1. L'éloquence de la méfiance	205
2. Un projet né de la sensibilité paysagère d'intellectuels.....	207
2.1. L'expérience déterminante d'un guide de haute-montagne	207
2.2. Une association à l'origine d'un dossier bénévole	208
2.2.1. Une proposition basée sur l'unité naturelle d'un site transfrontalier	208
2.2.2. Des critères culturels par accident ? L'exemple du métissage des visions	209
2.2.3. Un projet peu soutenu au départ	213
3. Une inscription aux conditions tacites	215
3.1. Une justification officielle redessinant les frontières pour affirmer une unité paysagère naturelle et culturelle	215
3.2. Le classement obtenu sous réserve de trois conditions.....	216
4. Le conflit autour du festival de Gavarnie : vision intellectuelle <i>versus</i> réalités touristiques locales ?	222
4.1. Une activité incongrue pour les uns, légitime pour les autres	222
4.2. La menace du déclassement	226
4.3. Une faible appropriation locale du Patrimoine mondial	229
4.3.1. Pour les commerçants de Gavarnie, un projet allochtone contraignant le développement local.....	230
4.3.2. Pour les éleveurs, un label en dehors de leur réalité quotidienne	233
5. Des visions équivoques du lien entre site du Patrimoine mondial et tourisme.....	236
5.1. Un label de haut rang pour un tourisme de qualité ?	236

5.2. Quels regards endogènes sur le Label Unesco ?	238
Conclusion	239
Chapitre 7 Laponia - du paysage naturel suédois au paysage culturel sami, une labellisation	
combinant des visions opposées	241
1. Genèse d'un projet controversé	241
1.1. Première proposition de la Suède : une réserve naturelle.....	241
1.2. Une « terre natale » revendiquée par les Samis	243
1.3. Une justification officielle finalement proche de la catégorie des paysages culturels.....	244
2. Cadre de vie ordinaire ou paysages remarquables à promouvoir?.....	245
2.1. Regagner une légitimité à gérer ses terres.....	246
2.1.1. L'implication des Samis dans les négociations post-labellisation	246
2.1.2. Le « Processus Laponia » de 2006 à 2009 : établir une gestion participative ?	250
2.2. La question épineuse et secondaire du tourisme pour les Samis	251
2.2.1. Un sujet hautement connoté.....	251
2.2.2. Le dilemme du tourisme sami.....	253
2.3. Pour les collectivités locales, une plus-value patrimoniale à valoriser comme gage de la qualité des paysages	258
3. Les évolutions récentes : replacer le paysage culturel sami au cœur de la gestion de Laponia	262
3.1. Un comité de pilotage majoritairement sami	262
3.2. Les toponymes samis comme un révélateur des paysages culturels	267
3.3. Un projet d'information du public centrée sur le renne comme symbole du lien nature-culture	270
Conclusion	275
Conclusion de la partie III	277
PARTIE IV. VIVRE DU TOURISME ET VIVRE AVEC LE TOURISME DANS DES SITES CLASSÉS	281
Introduction.....	281
Chapitre 8 Se représenter le tourisme	285
1. De l'opportuniste à l'organisation du tourisme dans les villages pyrénéens	285
1.1. Le passage des touristes à Gavarnie comme pivot de l'organisation touristique	285
1.2. Des pratiques érigées en catégories : « touriste » <i>versus</i> « montagnard ».....	286
1.2.1. Passage et consommation comme déterminants de la figure du touriste	287
1.2.2. La figure du montagnard : « celui qui fait de la montagne »	288
1.3. Concentration de l'activité dans les villages.....	289
1.4. L'hypothèse d'un tourisme naturaliste désavouée par les regards endogènes.....	290
1.5. Le « tourisme de cueillette » : métaphore de la passivité	291

1.5.1. Cueillir le touriste de passage	291
1.5.2. Une économie opportuniste ?	293
1.6. De la cueillette des touristes à la culture du tourisme.....	295
2. Du tourisme de nature dans les montagnes protégées de Laponia au tourisme culturel dans les villes : une organisation polarisée.....	296
2.1. Agencement asymétrique d'une vaste région	296
2.2. L'interdiction théorique d'activités économiques dans les parcs nationaux	298
2.3. Tourisme des villes et tourisme des parcs.....	302
2.3.1. Des visiteurs autonomes dans les parcs nationaux.....	302
2.3.2. Le problème de ceux qui ne consomment pas : valeur économique contre valeur culturelle	303
2.3.3. Dans les villes, un tourisme lié aux services et à l'offre culturelle	304
Conclusion	305
Chapitre 9 Promouvoir et organiser le tourisme. Stratégies et pratiques dans le site Laponia..307	
1. Représenter une destination de tourisme : images, enjeux et stratégies de promotion	307
1.1. Gällivare et Jokkmokk : des fonctionnements distincts mais des stratégies similaires.....	308
1.2. Des plateformes pour se promouvoir comme destinations touristiques.....	309
1.3. Des argumentaires promotionnels contrastés pour chaque ville : l'industrie et la culture	310
1.4. Des mines high-tech au wilderness comme argumentaires touristiques : l'exemple de <i>Gällivare</i>	312
1.4.1. Mobiliser des identités contrastives comme une singularité pour « se vendre » ?.....	312
1.4.2. Voyage au cœur des mines « les plus modernes du monde ».....	315
1.4.3. Dundret, le soleil de minuit et l'Inlandsbana : « the typical package »	319
1.4.4. Soleil de minuit et aurores boréales : Vendre des phénomènes naturels extraordinaires ?	326
1.4.5. Le Wilderness : des paysages naturels comme richesse locale	330
1.5. Jokkmokk : un marché et un musée samis au cœur du tourisme culturel de la ville.....	332
1.5.1. Le marché Sami de Jokkmokk, événement touristique et culturel majeur.....	332
1.5.2. Le Musée des montagnes suédoises et de la culture samie	338
2. Accueillir les touristes dans la montagne : stratégies, pratiques et représentations contrastées.....	339
2.1. Cinq stations de montagne comme portes de l'expérience touristique dans Laponia	340
2.2. Les stations STF : Saltoluokta, Kvikkjokk et Ritsem	343
2.2.1. Saltoluokta, un modèle de la culture STF ?.....	343
2.2.2. Kvikkjokk, témoin d'une culture touristique de l'expérience de la Laponie	353
2.2.3. Ritsem, une activité mixte	359
2.3. Stora Sjöfallet, une station gérée par une entreprise privée	362
2.3.1. Une station - étape sur la route de Laponia.....	362

2.3.2.	Un tourisme davantage séjournant	363
2.3.3.	Le restaurant comme espace mixte pour les touristes et les locaux	364
2.3.4.	Un personnel local et une activité secondaire pour des Samis.....	365
2.3.5.	Un tourisme centré sur la station et ses environs directs.....	366
2.3.6.	Perspective locale versus perspective centralisée du tourisme?.....	368
2.4.	Staloluokta et le Padjelantaleden : une gestion reprise par une structure samie	370
2.4.1.	Une activité complémentaire pour des membres des communautés locales d'éleveurs ...	370
2.4.2.	Un contact direct entre la population samie et les touristes.....	373
2.4.3.	Une offre locale peu promue	376
2.4.4.	Jürgen, portrait d'un touriste passionné par la culture samie et le Padjelanta	381
	Conclusion	384
	Chapitre 10 Combiner agro-pastoralisme et tourisme	387
1.	Mobiliser la rencontre avec les touristes comme une arène ouverte sur le monde	387
1.1.	Un tourisme de petite échelle basé sur la découverte des savoirs locaux.....	389
1.2.	Faire découvrir l'élevage	392
2.	Les dilemmes d'une économie secondaire pour les Samis	395
2.1.	Réussir à combiner l'activité de tourisme avec les occupations liées à l'élevage	395
2.2.	Une organisation de l'activité à l'échelle des communautés d'éleveurs ?.....	396
2.3.	Privilégier le tourisme comme activité majeure tout en proposant une activité « samie » ? L'exemple de Lennart.....	396
2.4.	Une clientèle très spécifique et marginale à l'échelle du tourisme local.....	398
2.5.	Limite des compétences professionnelles du tourisme	399
2.6.	Vendre des services et des produits de base aux touristes.....	401
3.	La pluriactivité au cœur de la vie montagnarde des Pyrénées	403
3.1.	Avoir plusieurs activités pour « survivre » en montagne	403
3.2.	Le poids de l'histoire et de la mémoire	405
3.3.	Louer des montures : exemple d'une pratique de cueillette touristique mutée en tradition locale	406
	Conclusion	409
	Conclusion Générale.....	413
	Liste des Cartes	423
	Liste des Photos	425
	Liste des Figures.....	431
	Liste des Tableaux.....	435
	Bibliographie	437

Table des Matières 450

Résumé

L'inscription d'un site sur la Liste du patrimoine mondial sur la base de critères mixtes combine des objectifs de conservation et de valorisation de systèmes naturels et culturels, susceptibles de transformer le rapport au lieu ou le lieu labellisé lui-même. La thèse aborde ces dynamiques à travers le prisme du tourisme, grâce à l'étude comparative de deux sites européens du Patrimoine mondial de l'Unesco en régions de montagnes : *Laponia* (au nord de la Suède), territoire ancestral des Samis qui vivent de l'élevage transhumant des rennes, et *Pyrénées-Mont Perdu* (site transfrontalier entre la France et l'Espagne), façonné par l'agro-pastoralisme ovin et bovin.

Grâce à une approche ethnographique et comparative, j'ai analysé les pratiques, les savoirs et savoir-faire, les représentations et les imaginaires des usagers des sites (acteurs locaux du tourisme, éleveurs, agents des parcs nationaux, acteurs politiques et touristes). Les résultats montrent que le classement de ces régions par l'Unesco s'insère dans le cadre d'un processus dynamique qui dépasse largement le seul moment de l'inscription, et met les acteurs locaux en mouvement autour des enjeux portés par ce label. Le tourisme y occupe une place particulière en ce qu'il interagit avec toutes les facettes du développement local, repose sur un processus historique qui l'a façonné au cours du temps et fait l'objet de diverses projections. La thèse démontre néanmoins que, si le développement touristique constitue une attente fondamentale de certains acteurs locaux lors du processus de labellisation, la labellisation des sites n'affecte qu'indirectement la manière dont ils s'approprient et développent le tourisme sur leurs territoires. L'analyse de ce processus révèle par ailleurs le caractère déterminant de la constitution des éleveurs en force politique : les inflexions observées sur le territoire lapon sont le résultat d'un investissement de la gouvernance du site par les Samis dans le contexte d'une lutte pour la reconnaissance de leurs droits et de leur culture, perspective qu'on ne retrouve pas sur le territoire pyrénéen.

Mots clés : Tourisme, Patrimoine mondial de l'Unesco, paysages naturels et culturels, aires protégées, agro-pastoralisme, Laponia, Pyrénées-Mont Perdu, Samis, processus de labellisation, étude comparative, élevage, montagne, gouvernance.

Abstract

The establishment of a World Heritage Site based on mixed criteria combines objectives relating both to the preservation and the promotion of natural and cultural systems. They may profoundly transform both the relationships to these places and the places themselves. This thesis addresses these dynamics through the prism of tourism. It is based on a comparative study of tourism in two European UNESCO World Heritage Sites situated in mountainous regions: *Laponia* (in northern Sweden), part of the ancestral land of the Sami people who practice transhumant reindeer husbandry; and *Pyrénées-Mont Perdu* (a transboundary area between France and Spain), shaped by ovine and bovine agro-pastoralism.

This research is based on a comparative ethnographic approach that focuses on the practices, knowledge, know-how, representations and imaginaries of the diverse users of the sites (local tourism professionals, herders, national park agents, politicians and tourists). The analysis shows that the labelling of these regions by UNESCO took place in the context of a broader dynamic process concerning much more than just the moment of inscription on the World Heritage List, which mobilised local actors around the many diverse stakes raised by and related to the label. Tourism has a specific place in this dynamic as it intersects with all features of local development and is subject to a diversity of projected views of and visions for the region. This thesis demonstrates that, if the development of tourism is a fundamental expectation of the labelling process for some local actors, the sites' labelling has in fact only an indirect effect on how local people adapt to and develop tourism within their territories. The analysis of this process underscores the determining character of the herders' formation into a political body: the observed changes on the Sami territory are the result of the Sami's commitment to involvement in the site's governance, itself linked to the wider context of their long struggle to get their rights and culture recognised. This dynamic is not found in the Pyrenean case study.

Key words: Tourism, UNESCO World Heritage, Natural and Cultural Landscapes, Protected areas, Agro-Pastoralism, Laponia, Pyrénées-Mont Perdu, Labeling Process, Comparative Study, Herding, Mountain, Governance.